



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

# **O ETANOL NO JORNALISMO IMPRESSO BRASILEIRO: entre a crise e o desenvolvimento**

**Felipe Rodrigues Siston**

Rio de Janeiro  
2008



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
JORNALISMO

**O ETANOL NO JORNALISMO IMPRESSO BRASILEIRO: entre a  
crise e o desenvolvimento**

**Monografia submetida à Banca de Graduação como  
requisito para obtenção do diploma de Comunicação Social  
– Jornalismo**

**Felipe Rodrigues Siston**

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky  
Co-orientadora: Profa. Fátima Belchior

Rio de Janeiro  
2008

## FICHA CATALOGRÁFICA

SISTON, Felipe Rodrigues.

O etanol no jornalismo impresso brasileiro: entre a crise e o desenvolvimento. Rio de Janeiro, 2008.

Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky

Co-orientadora: Profa. Fátima Belchior

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **O etanol no jornalismo impresso brasileiro: entre a crise e o desenvolvimento**, elaborada por Felipe Rodrigues Siston

Monografia examinada:  
Rio de Janeiro, no dia ...../..... /.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky  
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof Dr. Márcio Tavares D'Amaral  
Doutor em Letras pela UFRJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Me. Augusto Henrique Gazir Martins Soares  
Mestre em Latin American Politics pelo Institute of Latin American Studies da  
Universidade de Londres

Rio de Janeiro  
2008

*Agradeço a Deus, pela maravilhosa experiência da vida, de ser e de criar. Aos meus pais, por terem me ensinado a ser criança neste mundo, sempre de forma mais madura e responsável. À minha família, a quem devo muita da inspiração deste trabalho, àqueles que migraram dos seus interiores para as cidades e aos que lá ficaram. Obrigado por compartilhar suas histórias, pensamentos e sonhos.*

*Ao orientador, Eduardo Refkalefsky, por me estimular à pesquisa, mostrando caminhos não só para concluir esta etapa acadêmica, mas iniciar outra. À co-orientadora, Fátima Belchior, pelo tempo dedicado às conversas e leituras, além de todo incentivo no campo do jornalismo.*

*Agradeço aos professores, chefes e colegas de trabalho que ao longo dessa vivência universitária contribuíram de alguma forma para este trabalho. Em especial, à Incubadora de Cooperativas Populares da Coppe-UFRJ, que me permitiu conhecer a Usina Catende, no interior de Pernambuco. Ao Instituto Brasileiros de Análises Sociais e Econômicas, que além de me inspirar com os ideais do Betinho, me exercitou nas discussões, projetos e práticas da democracia. Agradeço à Eugênia e ao João Roberto, por me iniciarem nos métodos da pesquisa quantitativa. A toda equipe da Editora Brasil Energia, pelo contato diário com o jornalismo e pelo apoio na etapa do clipping. Agradeço o conhecimento adquirido com o professor Beto Novaes, do Instituto de Economia, durante as aulas de economia agrícola e o estímulo através do seu documentário sobre os migrantes da cana de açúcar.*

*Sou imensamente grato às conversas com os professores Márcio Tavares do Amaral e Raquel Paiva. Às revisões do amigo Bernardo Veiga e a compreensão dos colegas do Centro de Informação da ONU pelos meus dias ausentes. À amorosa companhia de Luisa Clements, por seu carinho, participação no clipping e exemplo de ser humano. A todos que contribuíram para a minha formação ao longo desses anos na Escola de Comunicação da UFRJ...*

*Muito Obrigado*

SISTON, Felipe Rodrigues. **O etanol no jornalismo impresso brasileiro: entre a crise e o desenvolvimento.** Orientador: Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky. Co-orientadora: Fátima Belchior. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## RESUMO

O trabalho consiste em uma análise da cobertura impressa do etanol durante os primeiros quinze dias do mês de abril de 2008, considerando os jornais especializados e também os não especializados na área econômica. A metodologia aplicada buscou observar a frequência com que assuntos capazes de acelerar ou atrasar o desenvolvimento deste produto ganhavam visibilidade no jornal. E também identificar e qualificar as fontes mais recorrentes. A cobertura deste produto do segmento de energia atualizou no período um embate histórico entre dois discursos distintos: de um lado, o da crise sócio-ambiental, representado por organismos multilaterais como a FAO e o Banco Mundial, que destacaram as consequências sociais da elevação nos preços dos alimentos; de outro, o discurso do desenvolvimento econômico defendido por autoridades governamentais brasileiras e parte do setor privado deste país. Sem a pretensão de obter respostas definitivas, buscou-se realizar um exercício metodológico que sirva como subsídio para a construção de instrumentos de monitoramento no longo prazo da cobertura deste setor estratégico para fins econômicos, e decisivo para relações sociais e para com o meio ambiente.

Palavras-chave: Desenvolvimento; Meio ambiente; Sustentabilidade; Análise de conteúdo; Mídia impressa.

### **Lista de Ilustrações**

Figura 1	Perspectiva agrícola e situação alimentar
Figura 2	Matriz Energética brasileira em 2007
Figura 3	Exportações Brasileiras

### **Lista de Quadros**

Quadro 1	Estrutura da análise do conteúdo
Quadro 2	Registros por Jornais
Quadro 3	Tipo de texto
Quadro 4	Tipo de cobertura
Quadro 5	Presença de informações ou referência a temas
Quadro 6	Assuntos no período
Quadro 7	Fontes mencionadas
Quadro 8	Matérias que mencionam tema trabalho

## **Sumário**

### **1 INTRODUÇÃO**

### **2 PLANEJAMENTO DA PESQUISA**

- 2.1 O jornal e o dispositivo da notícia
- 2.2 Marco Espacial
- 2.3 Marco Temporal
- 2.4 Estado da questão no Brasil
- 2.5 Análise de conteúdo

### **3 O ETANOL ENTRE A CRISE E O DESENVOLVIMENTO**

- 3.1 Passado e o futuro do etanol
- 3.2 Entre as notícias
- 3.3 Metodologia
- 3.4 Resultados
- 3.5 Casos especiais

### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

### **5 REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA**

### **6 ANEXOS**



## 1 INTRODUÇÃO

A recomendação é milenar: “quando você aponta um dedo, precisa fazê-lo de mãos limpas”<sup>1</sup>. Criticar, julgar, denunciar ou simplesmente dar visibilidade às coisas estão sob o guarda-chuva dessa metáfora. Por sua vez, agir de “mãos limpas” pode ser entendido como agir de maneira não só competente, mas ética e responsável. A imprensa é apenas uma, entre as várias instituições encarregadas de apontar a realidade. Mais do que isto, ela é uma das formas mais influentes, pois é por seu intermédio que a maioria das pessoas constrói a imagem do mundo, no momento em que grande parte das relações humanas é mediada. A democracia e o mundo globalizado são apenas alguns exemplos dessas esferas da vida humana em que a influência dos meios de comunicação é preponderante.

Mas o acesso a esses meios é desigual. A mídia não age sobre o acontecimento na sua forma mais bruta, ou seja, no exato instante em que este ocorre. Está sim, no final de uma cadeia de produção de sentido que precisa, necessariamente, da participação social, por meio de diversas narrativas. Nem todos os atores sociais, no entanto, possuem as mesmas condições de participar dessa produção de sentido da realidade, de contribuir para a escrita de narrativas sobre narrativas que o jornalista, ao término do processo, está encarregado de dar o formato final. As barreiras podem ser tecnológicas, financeiras, educacionais, sociais e históricas. O desequilíbrio na informação também se agrava por limites dos próprios meios de comunicação, que podem estar em seus valores, seus objetivos mercadológicos, em limites de tempo e espaço, além de restrições instrumentais e financeiras.

Tudo isto propicia um ambiente de exclusões, cuja causa primeira e única não é a mídia, mas para a qual ela contribui e faz parte. A imparcialidade e a neutralidade, muitas vezes defendidas como a “pureza” da imprensa, podem ser consideradas ou mitos ou ideais que dificilmente serão atingidos plenamente no mundo de hoje. Nada impede, porém, que essas deficiências sejam compreendidas e percebidas pelo público; enquanto, pela mídia, almejados como ideais legítimos.

Portanto, a imprensa não foge à recomendação de prestar contas sobre suas ações. Assim como deve ser livre para informar seu público sobre todos os acontecimentos relevantes, também possui uma parcela de responsabilidade sobre os efeitos do seu ato de apontar e chamar a atenção.

Contra a recomendação milenar pesa, no entanto, a complexidade dos tempos modernos ou pós-modernos. O acerto e o erro, o “sujo” e o “limpo”, não são mais tão visíveis como eram até a

---

<sup>1</sup> ARITUWA apud SCHOLTE, Jan Aart. Civil society and democratically accountable global governance, Government and Opposition, vol. 39, nº2, 2004, p. 230.

segunda guerra mundial. O ideal de pureza se tornou difuso e muitas vezes questionável. E o real, diante de um mar de incertezas, foi posto de lado.

Mas no Brasil, a realidade apresenta provas vigorosas de sua existência para ser renegada. Em 2004, 72 milhões de brasileiros estavam na faixa da insegurança alimentar e quase quatorze milhões já haviam passado fome em suas vidas.<sup>2</sup> Cinco cidades brasileiras lideravam, em 2005, o ranking das mais desiguais na América Latina: Goiânia, Brasília, Belo Horizonte, Fortaleza e São Paulo.<sup>3</sup> E até setembro de 2008, 3.804 trabalhadores haviam sido encontrados em situação análoga à escravidão, sendo mais da metade proveniente de uma atividade econômica que é, há séculos, parte da história desse país: o plantio da cana de açúcar.<sup>4</sup>

Assim, com o presente trabalho, considera-se que essa realidade importa, e que o conteúdo dos meios de comunicação deve ser monitorado. O objetivo desta investigação não é o de buscar a verdade da notícia fora da narrativa. Mas de exercitar um método capaz de, futuramente, realizar correções sobre a tendência à imparcialidade da imprensa, de forma a observar as realidades mais vulneráveis que ficam ausentes da narrativa. É assim, uma análise de conteúdo, que se pretende crítica e construtiva, no sentido de reduzir os riscos do formato comercial, global e hegemônico dos sistemas de comunicação, que certamente possuem seus limites, virtudes e vícios.

E em quais momentos mais se faz questão de uma imprensa comprometida com o real, equilibrada e justa? Não seria na cobertura de assuntos controversos, quando ficam sob tensão interesses distintos? No caso econômico esses antagonismos são freqüentes entre os mais beneficiados por uma determinada oportunidade de desenvolvimento e os mais vulneráveis aos riscos dessa empreitada. Um exemplo dessa tensão é experimentado pelo jornalismo impresso brasileiro na cobertura do setor que tem sido essencial para a era da urbanização, das grandes indústrias e dos automóveis: a cobertura de energia. E mais especificamente, de um combustível: o etanol ou álcool etílico.

O momento vivenciado pela indústria de etanol é de euforia. A perspectiva é de crescimento, por conta de ser um combustível alternativo ou complementar aos derivados de fontes não renováveis, que são cada vez mais criticados. O aumento do interesse por renováveis, como o álcool etílico, é global, pois fruto de preocupações igualmente globalizadas: a do esgotamento dos recursos

---

<sup>2</sup>IBGE - **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Segurança Alimentar. 2004. Disponível em < <http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/protabl.asp?z=pnad&o=8&i=P>> Acesso em 01 de dezembro de 2008, 18h

<sup>3</sup>UN-HABITAT. **State of the World's Cities 2008/2009 Harmonious Cities**. UK and USA: Earthscan, 2008

<sup>4</sup>MTE. **Fiscalização do Grupo Móvel retira do trabalho degradante mais de 3,8 mil trabalhadores** Disponível em < [http://www.mte.gov.br/sgcnoticia.asp?IdConteudoNoticia=4526&PalavraChave=trabalho %20escravo,%20sit](http://www.mte.gov.br/sgcnoticia.asp?IdConteudoNoticia=4526&PalavraChave=trabalho%20escravo,%20sit) > Acesso em 18 de Novembro de 2008, 17h e 40 min.

básicos e a de uma crise ambiental de magnitude planetária. As conseqüências da realização de ambos os temores é o agravamento das desigualdades sociais. E, em parte, é por isso que se defende o etanol entre a crise e o desenvolvimento.

Esse derivado agrícola é obtido, no Brasil, há séculos como um subproduto das lavouras da cana de açúcar. O modelo predominante da sua produção, no entanto, é o da monocultura empresarial, com mão-de-obra intensiva e concentração de terras. Para esse padrão de desenvolvimento a história brasileira já apontou alguns dos riscos potenciais: o trabalho escravo, a concentração de renda, o êxodo rural, a substituição de culturas de alimentos e danos à biodiversidade. Assim, não deixa de ser um tema controverso.

Este trabalho, portanto, realiza uma análise de conteúdo da cobertura do setor de energia do jornalismo impresso, mais especificamente do etanol, em busca das notícias dos riscos ambientais e sociais. Monitoramentos da mídia podem ser voltados para o emissor, o receptor, o meio ou o conteúdo das mensagens. É este último ponto que importa aqui. Desta perspectiva é possível observar os valores e os princípios da mídia. E com o tempo, avaliar para qual lado a cobertura de determinados eventos deu maior atenção, o que ficou de fora e quais atores sociais estão desconectados dos seus intermediadores.

Nesta pesquisa foram considerados os jornais mais lidos no eixo Rio de Janeiro e São Paulo. O período analisado se restringe aos primeiros quinze dias de abril de 2008, quando a indústria do etanol esteve sob a tensão dos dois discursos distintos e historicamente antagônicos. Por um lado, o da defesa do desenvolvimento econômico. E, de outro, o da defesa sócio-ambiental. Neste cenário, como se comporta a mídia? Qual dos lados tende a favorecer? Quais são suas fontes e a quais fatos ela dá visibilidade? Certamente, todas essas respostas não serão esgotadas aqui. Talvez, não seja possível ainda definir a “mão”, utilizada como metáfora da mídia na frase de abertura, mas saber para qual realidade ela aponta, já terá sido um passo decisivo.

## 2 PLANEJAMENTO DA PESQUISA

Com esse objetivo, em primeiro lugar, será feita uma abordagem sobre a função do jornal. Por que estudá-lo com vista a um futuro monitoramento da imprensa escrita, justamente, no contexto da internacionalização do etanol brasileiro? Em seguida, será apresentado o marco espacial, isto é, a opção por jornais com sede e relevância no eixo Rio-São Paulo. O marco temporal descreve o período analisado e o momento em questão. Próximo ao final deste capítulo, será abordado o estágio da discussão sobre o etanol no Brasil. E encerrando, o marco teórico utilizado como base para a análise de conteúdo.

### 2.1 O jornal e o dispositivo da notícia

O álcool etílico ou etanol é utilizado em diversos países como combustível, seja misturado à gasolina automotiva ou sozinho. A sua fórmula química<sup>5</sup> o torna um elemento altamente inflamável, com poder de explosão e combustão.<sup>6</sup> Esse produto é classificado como um biocombustível ou agrocombustível, pois provém de fontes renováveis de energia, sendo derivado agrícola de culturas como a cana-de-açúcar, beterraba, mandioca, trigo e outras fontes de matéria orgânica. Apresenta-se como uma alternativa menos poluente em relação aos combustíveis de origem fóssil, pois aproveita o ciclo natural do carbono ao contrário da extração de petróleo, que libera CO<sup>2</sup> na atmosfera terrestre.<sup>7</sup> O Brasil foi pioneiro na produção de etanol a partir da cana-de-açúcar, sendo, em 2008, um dos países mais competitivos nessa indústria. E isso, combinado com um momento favorável às políticas ambientais e de redução nas emissões de gás carbônico, torna o momento propício para a produção em larga escala desse combustível, com vista à exportação.

O contexto dessa expansão produtiva corresponde ao momento em que os custos das trocas internacionais foram, ao longo dos séculos, virtualmente reduzidos. Em outras palavras, é o momento em que os lucros das operações globais são os mais relevantes, em oposição aos investimentos que se restringem às necessidades específicas dos territórios nacionais. Por isso, desenvolver, em muitas estratégias políticas, se tornou sinônimo de maior participação no comércio internacional.

As conseqüências dessa internacionalização, do ponto de vista informativo, são muito significativas, porque todo acontecimento, seja ele local ou global, repercute sobre os interesses

---

<sup>5</sup> CH<sub>3</sub>CH<sub>2</sub>OH/C<sub>2</sub>H<sub>6</sub>OH

<sup>6</sup> INTERNATIONAL Chemical Safety Cards. Disponível em < <http://hazard.com/msds/mf/cards/file/0044.html> > Acesso em 20 de novembro de 2008, 17h e 50min.

<sup>7</sup> BOTELHO, G. O álcool polui tanto quanto a gasolina. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. 4, abril, 1992, p. 4.

econômicos e sociais. Dado este pressuposto, a esfera de influência da mídia ocupa um papel estratégico. Martín Serrano apresenta uma possibilidade de definição para o que chama de sistemas de comunicação pública:

Instituições que cumprem a função de assegurar a comunicação pública e que possuem assegurados determinados recursos materiais e humanos em uma organização especializada na obtenção, processamento e distribuição de informação destinada à comunidade pública.<sup>8</sup>

Dessa forma, a mídia impressa é uma, entre outras organizações dos sistemas de comunicação existentes. É encarregada de capturar, processar e distribuir as informações do mundo. Faz parte do processo de distribuição de informações, no entanto, a construção de quadros de referências. Ou seja, assim como ocorreu com a pintura (uma das formas de comunicação humana) um processo de enquadramento, o mesmo ocorre com a realidade que fornece subsídios à imprensa. O dispositivo da moldura permitiu que a arte dos pigmentos, antes fixada em paredes, cavernas, muros e edificações, fosse libertada dessas amarras, passando a circular como objetos em museus e entre colecionadores. Colocar em circulação foi uma necessidade social e econômica bem pontuada na história:

O aparecimento do jornal está subordinado ao desenvolvimento da economia e das leis de circulação econômica, ou seja, o jornal surge como o instrumento que o capitalismo financeiro e comercial precisava para fazer com que as mercadorias fluíssem mais rapidamente e as informações sobre exportações, importações, e movimento do capital chegassem mais depressa e mais diretamente aos componentes do circuito comercial.<sup>9</sup>

Colocar notícias em circulação exigiu que a realidade e a sua experiência fossem submetidas a um processo análogo do enquadramento, objetivação e desprendimento ocorrido com as pinturas. Ao que se chama experiência, dificilmente se reproduz. “Está ligada a um local, a um ponto do espaço e a um momento do tempo”.<sup>10</sup> Acrescenta-se aí a agravante de a experiência ser polissêmica, ou seja, permitir inúmeras interpretações, sentidos, pontos de vista. Como reverter esses limites ou excessos da realidade de forma eficaz? A solução foi instituir o “fato”.

<sup>8</sup> SERRANO apud PENALVA VERDÚ, Clemente. Desigualdad entre las naciones y noticias internacionales. 1998, p.9. Disponível em < [http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/24661618878133618754491/002792\\_1.pdf](http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/24661618878133618754491/002792_1.pdf) > Acesso em 15 de novembro de 2008, 20h e 50min

<sup>9</sup> LUSTOSA, Elcias. **O texto da Notícia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1996, p. 37

<sup>10</sup> MOUILLAUD, et. al. **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2002, p. 61

“O ‘fato’ serve de envelope para a experiência. Permite-lhe circular e permutar-se sob forma padrão”.<sup>11</sup> Assim como a moldura, o jornal e os seus dispositivos internos realizam enquadramentos da realidade seguindo a regra de que: “O modelo ao qual todo acontecimento se deve conformar para ser uma informação é aquele do paradigma factual”<sup>12</sup>. Para se narrar os fatos, o importa fazer referências sobre a realidade. Nesses recortes e enquadramentos da experiência real é que ocorrem os acontecimentos informativos, o variável, próprio da atualidade, como explica o teórico da análise do discurso, Mouillaud:

Constitui a condição a priori de qualquer informação: o corte de um quadro de referência (o invariante) e a enunciação de uma informação (variável) no interior do quadro. Desta forma, o título aparece como um microssistema em que se refletem as duas funções do jornal: a evocação (e o reforço) de um paradigma e a produção de uma diferença (das duas funções, a segunda oculta a primeira, que permanece implícita). Como já vimos, a escolha dos paradigmas pertencem à decisão de um jornal, representa sua singularidade (como indivíduo ou como gênero); por consequência, ele é seu atributo legítimo. Ao contrário, a produção da diferença é uma obrigação; sua ausência é um motivo de polêmica nos diversos jornais.<sup>13</sup>

O “paradigma”, o “estaque”, a “evocação” ou “reforço”, pertencem à esfera das referências. Cada jornal escolhe para si um conjunto delas, como sendo as prioritárias de suas coberturas. A geografia é um dos critérios que servem como exemplo de referência. Um estudo sistemático, talvez permita afirmar, um dia, que as referências afetadas pela idéia de espaço geográfico, sejam as que mais se avolumaram nos jornais por conta da globalização, pelos motivos que explica Rosenberg: “A palavra ‘globalização’ é um termo geográfico, denotando um processo ao longo do tempo de mudança espacial – o processo de se tornar global.”<sup>14</sup>. À medida que o planeta “diminui” e países, antes pouco relevantes, se “aproximam”, ganham novo relevo no jornal, merecem destaque e são incluídos na cobertura, transformam-se em referências.

No caso da cobertura do etanol, por exemplo, a Europa é um importante quadro de referência. É um campo que deve ser abastecido continuamente com informações novas, atualizadas, contribuindo, assim, para o papel da mídia impressa: formar opinião, prevenir riscos, aumentar os benefícios de atores sociais interessados em agir, negociar, disputar mercados e atenção, entre outros.

---

<sup>11</sup> Ibid., p. 60

<sup>12</sup> Ibid., loc. cit.

<sup>13</sup> Ibid., p. 107

<sup>14</sup> Rosenberg, Justin. **Globalization Theory: A Post-Mortem**. In: International Politics, N°42, 2005, p. 11.

Neste exemplo, o recorte se faz pelo território. Mas o quadro de referência poderia levar em conta fatores como demográficos, ecológicos, econômicos, e uma série de outros. O que os caracteriza é o fato de serem campos invariáveis e que combinados dão personalidade a um jornal, formam um público e uma cadeia de anunciantes. São os instrumentos da visibilidade. E servem tanto para a etapa de distribuição das notícias, como para a de sua captura. São referências como indústria, prestadores de serviço, agricultores, financiadores, para ficar com alguns poucos exemplos, que orientam a ronda dos jornalistas na construção de suas narrativas, na busca por suas fontes. “Desta forma, o acontecimento é duplamente fragmentado. Em sua origem é extraído de uma experiência que permanece fora do texto; em sua chegada, aparece como uma informação entre outras”.<sup>15</sup>

Maior desprendimento da realidade e aumento da sensação de mais uma “informação entre outras” são, portanto, alguns dos efeitos da internacionalização sobre a mídia. O mundo global aumenta o volume de enquadramentos da realidade, em número e importância, para atender a demanda por informação objetiva e condizente aos interesses de públicos, anunciantes e da própria mídia. Esses interesses podem ser econômicos, locais, internacionais, ambientais, sociais, entre outros. Mas existe equilíbrio e igualdade nas condições de realização de todos eles no atual contexto da globalização? Supõe-se que não. Os interesses econômicos estão muito mais assegurados pela vasta infra-estrutura comercial, tecnológica, as facilidades de transportes e de persuasão política do que as recentes mobilizações por direitos humanos e ambientais. Os primeiros se favorecem de uma história que já dura mais de quinhentos anos: das grandes navegações até as últimas revoluções industriais. Já os segundos, não devem ter mais de 60 anos<sup>16</sup> de história na arena global, em defesa de direitos humanos e ambientais. Portanto, o distanciamento da realidade e sua banalização talvez sejam entraves à informação cujos riscos pesem mais para desfavorecidos e vulneráveis.

É da imprensa, por sua influência e modo de ser, a tendência para o fluxo das operações internacionais, onde ganhos econômicos são mais garantidos. Por outro lado, é no interior do território, no local, onde estão os riscos reais. Portanto, pergunta-se: ainda há espaço para o local nas disputas por espaços globais?

---

<sup>15</sup> MOUILLAUD, et. al. **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2002, p. 69

<sup>16</sup> Em 2008 se comemorou o 60º aniversário da Declaração Universal dos Direitos Humanos.

## 2.2 Marco Espacial

A forma que o jornal assumiu ao longo da história é a de se conhecer o distante e o estranho sob o paradigma do fato. Através dele não é preciso que todo o habitante do globo conheça diretamente a realidade, porque existem instituições encarregadas de fazê-lo, distribuindo ao final do processo as informações relevantes. Tais instituições tornam desnecessária, em ampla medida, as “relações interpessoais cara a cara”<sup>17</sup> para o conhecimento do mundo, ou ao menos, para se saber de suas novidades. O principal instrumento neste sentido é o recorte, por meio de um sistema de referências cada vez mais amplo, em função de processos de encurtamento do mundo ao longo do tempo como a globalização. “A disposição dos acontecimentos em um jornal possui uma analogia com um mapa. (...) No jornal, os acontecimentos, tornando-se informações, também perdem a relação de próximo e de distante que os separa territorialmente.”<sup>18</sup>

Mas, se no jornal os territórios se confundem, pelas tênues fronteiras e pela facilidade de deslocamento entre elas, ao simples esforço de um trocar de páginas ou um movimento dos olhos, os pés do leitor continuam firmes no solo.

Enquanto no território o habitante é o centro de onde parte a perspectiva, ler o jornal exige do leitor que ele se coloque sob o signo de uma totalidade em que seu lugar é um lugar entre outros. (...) Do leitor, poder-se-ia dizer que ele é “posto no mundo” pelo jornal (seja qual for a escala, planeta ou vilarejo) na medida em que referido a uma totalidade que o envolve.<sup>19</sup>

Na verdade, não são todos os leitores que possuem os pés afixados em seu território mais próximo. Para alguns, o jornal é apenas mais um, de uma série de elementos que os posicionam no mundo. A facilidade para o transporte, para o acesso a bens e serviços globais, assim como para a participação em fóruns de decisões em nível global ou transacional são outros casos possíveis de serem enumerados, fora do universo propriamente informativo, que também posicionam um habitante no mundo.

Mas nem todos os territórios e seus respectivos habitantes são dotados dessas mesmas facilidades globalizantes. Há desigualdade no acesso a esses benefícios que são, sobretudo, econômicos. Segundo Frieden e Rogowski, os fatores enumerados anteriormente reduzem os custos ou elevam os lucros de operações comerciais internacionais:

---

<sup>17</sup> PENALVA VERDÚ, Clemente. Desigualdad entre las naciones y noticias internacionales. 1998, p.9.

<sup>18</sup> MOUILLAUD, loc. cit.

<sup>19</sup> MOUILLAUD, et. al. **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2002, p. 70



Custos de transporte, obviamente, afetam os ganhos econômicos das trocas internacionais: muito do grande aumento nas transações internacionais do século XIX é comumente atribuída ao vasto sistema de transporte que canais, ferrovias e navios à vapor permitiram. (...) Um segundo elemento de custo é o conhecido internacionalmente como infra-estrutura: sistemas internacionais de comunicação, crédito, seguro (...) A terceira principal categoria de custos são as políticas governamentais no sentido do comércio e dos investimentos(...), algumas políticas como as de sistemas monetários estáveis, que reduzem os custos. (...) Liderando entre os fatores que de forma exógena aumentam os retornos do comércio internacional estão os processos produtivos caracterizados por economias de escala e o crescimento das disparidades transnacionais sobre os fatores totais de produtividade.<sup>20</sup>

Portanto, qual é a tendência da cobertura dos sistemas de comunicação? As suas mensagens tendem a favorecer os que já usufruem os benefícios da globalização ou chama a atenção para os interesses e reivindicações dos excluídos desse processo? É possível separar conjuntos de referências do jornal que interessam mais a um dos grupos do que aos outros? É isso o que se tentará exercitar aqui. É pressuposto que os veículos de comunicação buscam atender os interesses e necessidade de determinados públicos e anunciantes, por isso selecionam um sistema de referência específico e mais adequado. Mas qual é o limite desse “dar ao público o que quer ver”? Em que medida os recortes de referência dos jornais passam a ser irresponsáveis? A cobertura dos jornais pode propiciar o rompimento de vínculos e solidariedades entre membros do mesmo território? Podem aprofundar as distâncias entre os que têm acesso às benesses da globalização e os que não a possuem na seleção do que tornar visível dia após dia? Pode, por outro lado, propiciar alianças territoriais além das internacionais?

Pode-se aproximar dessas últimas questões através do método da análise de conteúdo, combinado com a análise de audiência, buscando-se avaliar os efeitos da comunicação. Efeitos esses que devem ser considerados com os devidos limites. Essa dupla pesquisa, no entanto, não é a proposta do atual trabalho, visto que antes é preciso entender as mensagens que são veiculadas. O norte não deixa de ser, contudo, a relação dos jornais com o público.

Por isso se faz um recorte espacial. O foco é análise crítica do conteúdo presente nos jornais diários mais lidos no eixo Rio São Paulo. A região é considerada influente e relevante como público das notícias sobre etanol. Através da quantificação da presença e da ausência de referências e fontes, procura-se exercitar a construção de um mapa<sup>21</sup> do que pode ser percebido por esses leitores.

<sup>20</sup> FRIEDEN, Jeffrey A. & ROGOWSKI, Ronald, The Impact of International Economy on National Policies, In: KEOHANE, R. & MILNER, H. (org.), Internationalization and Domestic Politics, New York: Cambridge University, 1996 p. 26.

<sup>21</sup> PENALVA VERDÚ, Clemente. Desigualdad entre las naciones y noticias internacionales. 1998, pp.9-33. passim

Quais são os campos visíveis para o público de uma região onde se concentra a maioria dos empreendimentos de etanol? O marco espacial procura dar conta das mensagens que são veiculadas para a área de maior influência sócio-econômica do país, onde se concentra grande parte do poder econômico e político.

Em um aspecto mais amplo, São Paulo e Rio de Janeiro, assim como regiões vizinhas, como o centro-oeste e o sul, estão próximas ao centro de decisão do país. E este, por sua vez, ocupa uma posição periférica no cenário global. Mas com fortes ambições de integrar o núcleo de poder global.<sup>22</sup> Assim, com esse viés territorial, busca-se testar a seguinte hipótese: atores sociais mais comprometidos com o ideal de expansão global de mercados estão mais refletidos no conteúdo desses jornais, do que os grupos mais vulneráveis às crises sociais, políticas e ambientais.

Essa hipótese será testada mais sob um método em construção. Ela é palco para o exercício de um método de análise, que preste ao monitoramento da imprensa sobre o etanol. Neste sentido, foram escolhidos três veículos especializados no jornalismo econômico: o Jornal do Comércio, Gazeta Mercantil e Valor Econômico. E também, quatro veículos de caráter mais geral: Jornal do Brasil, Folha de São Paulo, Estado de São Paulo e O Globo.

### 2.3 Marco temporal

O período analisado compreende os primeiros quinze dias do mês de abril, quando o debate mais crítico sobre a opção brasileira esteve lançado no cenário internacional, durante a visita do presidente Lula à Europa. O primeiro critério para a seleção do marco temporal da pesquisa foi: um momento em que o etanol estivesse em discussão no âmbito global, durante algum evento de construção do mercado externo deste produto. Nesta ocasião haveria um debate aprofundado e crítico sobre demandas globais e locais, nas dimensões sociais, ambientais e econômicas? Quais atores estariam em evidência? E munidos de quais referências no debate de construção desse mercado? Futuramente, as respostas a essas perguntas possam, talvez, diferenciar os mercados construídos socialmente dos que apenas permitem como legítimos, os enunciadores da esfera do capital.

Por exemplo: no dia cinco de julho de 2007, enquanto o presidente Lula discursava na abertura da Conferência Internacional de Biocombustíveis, em Bruxelas, sobre a inexistência de produção de etanol na Amazônia, os jornais brasileiros anunciavam a descoberta de trabalhadores

---

<sup>22</sup> PENALVA VERDÚ, Clemente. Desigualdad entre las naciones y noticias internacionales. 1998, pp.9-33.passim

em condições degradantes por um grupamento do Ministério do Trabalho, dentro da Amazônia Legal<sup>23</sup>. A posição econômica do presidente foi, nessa ocasião, balanceada com enunciadores locais, de referências sociais.

Assim, durante os primeiros quinze dias de abril de 2008 o presidente Lula realizou uma viagem por países europeus com uma delegação de empresários brasileiros. No dia 10 de abril se reuniu com autoridades empresariais na Holanda, participando do seminário “Brasil-Países Baixos: Oportunidades de Negócios”<sup>24</sup>. Em relação aos biocombustíveis, o objetivo da viagem era garantir investimentos estrangeiros para modernização de portos na indústria do etanol. Outro país visitado, foi a República Tcheca, depois do qual se encerraria a viagem de 3 dias ao continente.

No Brasil, durante os dias posteriores, teria início em Brasília a 30ª Conferência Regional da FAO para a América Latina e o Caribe.<sup>25</sup> Esse encontro, iniciado no dia 14 de abril, tinha pretensões de trazer para a cena o aspecto ambiental e social de um cenário de crise, reunindo ONGs e movimentos sociais. De acordo com o Relatório do Desenvolvimento Humano das Nações Unidas, “a humanidade caminha para um ponto onde os povos e nações mais pobres podem entrar em um ciclo de pobreza mais rigoroso.”<sup>26</sup> Faz também o alerta sobre as emissões de gases do efeito estufa e recomenda uma redução de 80%, comparando-se com os índices registrados em 1990, até 2050.

Além da viagem de Lula, o momento coincidiu com a forte elevação no preço dos alimentos. O índice dos preços dos alimentos medido pela FAO apresentou aumento de 54% em março de 2008 em relação ao mesmo mês do ano anterior. Os preços de quase todas as commodities alimentares estavam em níveis crescentes desde o início do ano, como é possível ver nos gráficos abaixo:

---

<sup>23</sup> FUSER, Igor. O etanol e o verde enganador. **Le Monde Diplomatique**. Rio de Janeiro. Dezembro, 2007, p. 14.

<sup>24</sup> LULA vai à Holanda em busca de investimentos privados. **Gazeta Mercantil**. São Paulo, 10 abril, 2008, p. 04.

<sup>25</sup> DIOUF, Jacques. O momento de agir. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 13 abril, 2008, p. 3.

<sup>26</sup> PNUD. **Relatório de Desenvolvimento Humano**. Disponível em < <http://www.pnud.org.br/rdh/> > Acesso em 20 de Julho de 2008, 22h.

### Perspectiva agrícola e situação alimentar<sup>27</sup>

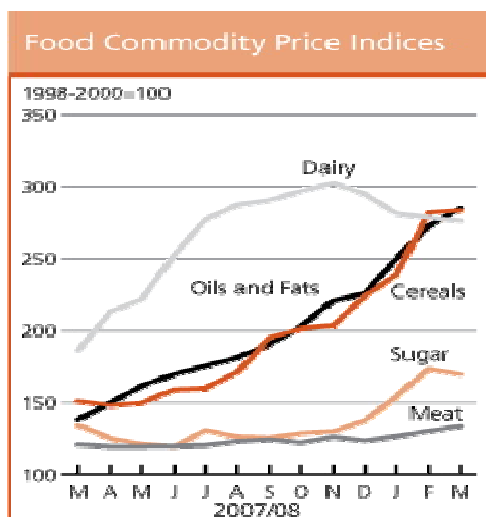


Figura 1. Fonte: FAO

Esse aumento provocou, no início de abril, protestos em países afetados pelo aumento, como nas Filipinas e no Haiti. Na época, a previsão de aumento da produção de etanol foi acusada de provocar esse aumento. Mas o governo brasileiro rebateu essas críticas durante a viagem na Europa. O tema era polêmico, com evidências de ambos os lados, mas também por ambos questionadas e relativizadas.

O período da viagem internacional do presidente representou, então, um recorte propício para observar o comportamento dos jornais. Para qual dos dois lados tende o pêndulo do discurso sobre o etanol. Qual seria a aderência entre o discurso do presidente e a leitura dos jornais? O discurso pró-etanol estaria nos jornais sem indicações contrárias? O objetivo do presidente brasileiro de acordo com os noticiários era abrir as fronteiras para o mercado internacional garantindo uma produção de larga escala do etanol. “Para que o etanol brasileiro amplie seu espaço na mudança dos padrões energéticos do mundo contemporâneo, é necessário, paradoxalmente, que a oferta se pulverize entre diversos países.”<sup>28</sup> Ou seja, além de conquistar mercados consumidores, a missão econômica também incluía formar novos produtores e se aliar aos já existentes.

Para esse momento, produtores privados de etanol e seus governos defendem um maior mandato dos combustíveis verdes, já que contribuem para a redução das emissões em veículos. E a tecnologia conquistada em séculos de desenvolvimento das plantações, técnicas e processos

<sup>27</sup> FAO. **Perspectiva agrícola e situação alimentar**. N2, Abril, 2008. Disponível em < <http://www.fao.org/docrep/010/ai465e/ai465e00.HTM> > Acesso em : 20 de Novembro de 2008, 23h e 40 min.

<sup>28</sup> ABROMOVAY, Ricardo. Geopolítica e sociedade no caminho do etanol brasileiro. **Valor Econômico**. Rio de Janeiro, 4 Abril, 2008, p. 19

produtivos tornam competitivos os empreendimentos brasileiros voltados para o etanol. Isso representa uma grande oportunidade comercial. Como se trata de um produto econômico estratégico a formação de um mercado amplo internacional, passa pela dissipação da capacidade produtiva deste produto no mundo, pois os países buscam evitar o risco de se tornarem dependentes de tecnologias exclusivas de alguns centros.

Assim, em função da consistência dos argumentos de ambos os lados, considerou-se que esse período era altamente propício para atualizava, nos jornais, um embate histórico entre dois discursos: o do desenvolvimento e o da crise sócio-ambiental. A consideração científica do provável limite temporal dos recursos naturais do planeta deu a dimensão global às vertentes ambientalistas, a ponto de se planejar a mudança da matriz energética baseada nos recursos fósseis.

Nesse contexto, ganham relevância políticas propostas e lutas referentes ao controle de emissões de carbono em nosso maior bem comum, a atmosfera, com destaque para a matriz energética. Assim, a mudança climática torna-se arena central nas disputas sobre desenvolvimento e é capturada de formas variadas pelos diferentes sujeitos nos embates políticos, econômicos e culturais deste início do século XXI.<sup>29</sup>

As idéias de que os recursos naturais do planeta são inesgotáveis e que o meio ambiente não seria afetado pela atividade humana foram, se não determinantes, ao menos, idéias instigadoras para que se buscassem de forma intermitente novos mercados consumidores para além das fronteiras nacionais. Os danos ambientais e o risco de esgotamento dos recursos não tiveram valor suficiente para impedir a queda nos custos do comércio internacional, que se verificou desde a revolução industrial como descrito no capítulo anterior. Assim, o desperdício de grandes volumes de energia e a emissão de elementos poluentes na atmosfera para se atender os mercados consumidores localizados a longas distâncias se mostrou mais lucrativos e interessante do que o atendimento dos mercados internos.

Com o conhecimento dos limites do planeta se tornou necessário reverter a idéia anterior. O risco de esgotamento de recursos energéticos estratégicos trouxe consigo o risco de conflitos humanos generalizados na disputa pelos lucros fáceis anteriores.

Em paralelo, com as questões ambientais também estavam em debate outros elementos relacionados à exploração humana. Erradicar a fome e a pobreza é o primeiro objetivo do milênio.

---

<sup>29</sup> GRZYBOWSKI, Cândido. Contradições e limites dos agrocombustíveis no Brasil. n°36, **Democracia Viva** (Revista de Sociologia e Economia), Rio de Janeiro, 2007, pp. 14-15.

Reduzir pela metade a proporção da população com renda inferior a um dólar por dia, no período entre 1990 e 2015 é outro.

O marco temporal dá conta de um momento de tensão na imprensa dedicada ao setor de energia. Ao mesmo tempo em que estão em jogo interesses de mercado, também estão os de segmentos de direitos humanos e ambientais.

## 2.4 Estado da questão no Brasil

Esses discursos históricos de desenvolvimento e crise, também afetaram os discursos e as políticas brasileiras. Em 2005 foram estabelecidas metas mais rigorosas para o país na redução da pobreza e da fome, na melhoria da saúde materna e no tratamento de doenças. Até 2015, por exemplo, o país espera já ter erradicado a Fome, e ter reduzido o número de pessoas vivendo com menos de um dólar por dia para um quarto do número de 1990.

Esse cenário político de vontades políticas favoráveis a investimentos sociais é inverso ao que ocorreu até a última constituinte, em 1988, quando prevaleceram grandes investimentos na indústria de base, como investimentos em energia e no sistema de transportes nacional. O regime militar no final da década de 1960 impediu investimentos políticos na distribuição de renda e terras, que são demandas de organizações da sociedade civil nacionais.<sup>30</sup> Com o processo de urbanização acelerado, após a integração do território brasileiro através dos sistemas de transporte, as cidades passaram a receber maior fluxo populacional, tendo como consequência o inchaço de suas periferias. Os investimentos nas áreas de habitação, saneamento e transporte municipal não acompanharam o mesmo ritmo deste crescimento urbano. E com as dificuldades de acesso aos centros das cidades, somada à precária distribuição de renda urbana, as favelas se multiplicaram, especialmente nos locais de maiores oportunidades de trabalho. A concentração de terras ocasionou o chamado êxodo rural, que, por sua vez, não foi acompanhado de políticas voltadas para esses fluxos populacionais.<sup>31</sup>

É possível destacar atualmente, no entanto, no discurso e em algumas práticas políticas, a busca por um modelo de desenvolvimento alternativo ao até então em vigor. Basicamente, um que não reproduza a concentração de renda e poder, que não seja, exclusivamente, baseado na

---

<sup>30</sup> SENE, Eustáquio de & MOREIRA, João Carlos. **Geografia geral e do Brasil: espaço geográfico e globalização**. São Paulo: Scipione, 1998, passim, pp. 349-353.

<sup>31</sup> Ibid. pp. 349-353.

exportação e na grande indústria. Mesmo em se tratando de um discurso de campanha destaca-se a ligação com princípios do novo paradigma proposto pelas conferências internacionais e pela nova mentalidade sobre como se organizar a produção:

[O segundo mandato do Governo Lula] dará continuidade às medidas para a constituição de uma economia solidária, estimulando o cooperativismo, as iniciativas autônomas de desenvolvimento local, a autogestão, o micro crédito e ampliando a participação dos trabalhadores na economia.<sup>32</sup>

A conjuntura internacional de aparente mudança na matriz energética mundial, por um lado, parece desvelar a ponta do iceberg de um novo paradigma de desenvolvimento fundado em princípios de preservação, sustentabilidade e solidariedade. Mas por outro lado, revela inúmeras oportunidades de crescimento para a grande indústria do campo brasileiro voltada para os agrocombustíveis. O agronegócio representa para algumas instituições da sociedade civil um modelo conservador ou, ao menos paradoxal, quando incluído na atual conjuntura. O relatório de pesquisa sobre o Programa Nacional de Fortalecimento de Agricultura Familiar (Pronaf) realizado pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas descreve essa posição:

Ao longo dos últimos anos, é inegável que o aumento da competitividade do agronegócio, por meio da especialização produtiva, da adoção de tecnologias de ponta e da produção em larga escala, tem sido fundamental para obter saldos no comércio exterior e para ajudar a equilibrar as contas externas do país. No entanto, nas regiões ocupadas predominantemente pelo agronegócio, observa-se também uma fragilidade das redes formadas por micro e pequenas empresas, detentoras de inegáveis potencialidades para revitalizar as dinâmicas econômicas locais.<sup>33</sup>

Ao se comparar o padrão do agronegócio brasileiro e o proposto por uma economia de empreendimentos menores e onde seja propícia uma gestão descentralizada, observa-se que o primeiro possui resultados limitados diante das demandas de sustentabilidade e preservação:

Paralelamente ao modelo anteriormente citado, observa-se o surgimento de uma nova proposta de desenvolvimento rural com enfoque nas diferentes dimensões da sustentabilidade (econômica, social, política, cultural, ambiental e territorial). De acordo com os princípios e as práticas dessa proposta, o meio rural tem um papel central na construção de um novo projeto de sociedade. Ele é visto como um espaço para: diversificar e multiplicar os sistemas de produção (não os uniformizando) e desenvolver atividades rurais não agrícolas; viabilizar novas estratégias de conservação ambiental compatíveis com a produção sustentável;

<sup>32</sup> GARCIA, Marco Aurélio (cod.). **Lula Presidente – Programa de governo**. Disponível em: <  
[http://www.wilsoncenter.org/news/docs/Plano\\_Governo\\_Lula.pdf](http://www.wilsoncenter.org/news/docs/Plano_Governo_Lula.pdf)> Acesso em : 25 de Agosto de 2007, 14h.

<sup>33</sup> IBASE. Pronaf e sua evolução como política pública no Paraná. In: **Relatório PRONAF: Resultados da Etapa Paraná**. Rio de Janeiro: IBASE, p. 7-17, 2006, p. 7

promover e estimular dinâmicas de inclusão social e promoção da igualdade; gerar alternativas tecnológicas que favoreçam a disseminação da autonomia relativa de produtores(as) familiares.<sup>34</sup>

Com base na perspectiva deste instituto de pesquisa, é possível perceber que há uma dicotomia entre modelos de produção. No caso, é apresentado o agronegócio como caracterizado por reduzir a pequenos grupos sociais e econômicos o acesso aos espaços de decisão sobre o modo de produzir, agenciar e distribuir os recursos naturais estratégicos para a vida humana, uniformizando a atividade do campo ao padrão tecnológico da grande empresa. Ao concentrar terras, tecnologias e meios de produção; ao utilizar mão-de-obra em situações de desvantagem sócio-econômica – sejam eles migrantes nordestinos, como no setor de açúcar e etanol de São Paulo, ou agricultores familiares do Rio Grande do Sul, inseridos em sistemas de comercialização que oferecem poucos compradores as suas produções, como acontece nos setores do fumo, aves e vinho. Enfim, ao praticar todas essas relações sociais e econômicas tal modelo tende a explorar recursos vitais segundo padrões estritamente econômicos, quando estão inseridos em uma arena política, deliberando sobre os recursos energéticos que interessam a vários grupos sociais muitas vezes desestimulados a participarem do debate ou negociações.

O modelo parece, portanto, reproduzir a divisão mundial entre os que estão autorizados pelo poder econômico concentrado a tomar decisões importantes e aqueles que não possuem os mesmos bens econômicos e, portanto, são desautorizados a participarem dessas decisões. A concentração das decisões humanas é considerada como tendo sido decisiva para o cenário de crise desenhado pela perspectiva de mudanças climáticas, como é colocado no Relatório de Desenvolvimento Humano para os anos de 2007 e 2008 da ONU:

O impacto das alterações climáticas nas vidas dos pobres não é o resultado de forças naturais. É a consequência de ações humanas. Mais especificamente, é o produto de padrões de uso energéticos e decisões tomadas por pessoas e governos no mundo desenvolvido. O processo para reforçar o financiamento da adaptação nos países em vias de desenvolvimento baseia-se, em parte, num simples princípio ético: países responsáveis por causar o mal são também responsáveis por ajudar os afetados a lidar com as consequências. A cooperação internacional na adaptação deve ser vista, não como um ato de caridade, mas como uma expressão de justiça social, equidade e solidariedade humana.<sup>35</sup>

<sup>34</sup> Ibid., pp. 7-8

<sup>35</sup> PNUD. Relatório de Desenvolvimento Humano 2007/2008. **Combater as alterações climáticas: solidariedade humana num mundo dividido**, p.197. Disponível em < <http://www.pnud.org.br/rdh/> > Acesso em 20 de Julho de 2008, 22h.



Há o risco, assim, do planeta se tornar ainda mais dividido com as mudanças climáticas caso essa solidariedade não seja vista como um valor. De um lado, a parte próspera e desenvolvida, do outro, a vulnerável e a caminho de um quadro ainda mais grave. A solidariedade ganha, portanto, um sentido mais urgente e concreto como estratégica de participação, capacitação e inclusão nos processos de decisão econômica. Entre os vários temas em que ela pode abranger, o campo da geração de energia ganha destaque. As ações de mudança na matriz energética, que serve como base e princípio de qualquer modelo de desenvolvimento, inserem a solidariedade como o maior desafio para se reverter a tendência do aquecimento global.

## 2.5 Análise de conteúdo

A cobertura do etanol consegue refletir em seu conteúdo a urgência por essa solidariedade? Equaciona as demandas por maiores informações da crise e do desenvolvimento? Corrobora para que setores formadores de opinião e influentes economicamente estejam integrados às necessidades territoriais? Para tentar uma aproximação dessas questões será feita a análise de conteúdo dos jornais.

Esse método é definido por Berelson como uma “descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação.”<sup>36</sup> A sua base teórica tem início em 1920 com Laswell, quando se consolidava uma metodologia positivista para se entender, principalmente, os efeitos dos meios de comunicação. Era a época em que se aplicava, principalmente, ao estudo da propaganda e das mensagens de guerra. Havia a necessidade de engajar as pessoas no clima do combate, então, desenvolveu-se uma pesquisa com interesse de persuadir de forma eficaz.

Boa parte das pesquisas tradicionais sobre comunicação de massa (...) enfatiza, seja os esforços diretos do comunicador para persuadir, seja o próprio conteúdo da mensagem ou ainda a audiência, encarada como uma ‘massa’ de receptores não relacionados<sup>37</sup>

Neste momento, a sociedade de massa era entendida como um aglomerado de pessoas isoladas umas das outras, sem vínculos ou interferências entre elas. Nesta base conceitual se formou a primeira Teoria da Comunicação norte-americana: a Teoria das Balas Perdidas. A sua principal

<sup>36</sup> GUARALDO, Tamara de Souza Brandão. **Aspectos da pesquisa norte-americana em comunicação Primeira metade do Século XX, passim**. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/guaraldo-tamara-aspectos-da-pesquisa.pdf> > Acessado em 20 de novembro de 2008, 10h e 35min.

<sup>37</sup> Ibid., p. 15

idéia pode ser resumida pelo exemplo de uma bala que se dirige para um alvo, ou seja, através de um estímulo se mira uma resposta. Também foi chamada de Teoria das Balas Mágicas ou Teoria da Agulha Hipodérmica.

Mas, assim que essas hipóteses fossem testadas em trabalhos empíricos, elas seriam questionadas. Isso se deu com o uso de técnicas de pesquisa das Ciências Sociais, feitas com questionários e métodos quantitativos junto ao público.

Segundo Mauro Wolf, essas pesquisas empíricas iniciais que conduziram a superação da Teoria das Balas Mágicas, tinham como objetivo verificar empiricamente a consistência e os efeitos da comunicação de massa, mas a partir de diferentes abordagens: as de campo tinham orientação sociológica e as de laboratório orientação (psicológica-experimental).<sup>38</sup>

Entre 1940 e 1950 se constrói um modelo de análise mais diversificado. O fundador da Escola de Comunicação Americana diferencia as pesquisas quantitativas sobre os seguintes elementos do processo de comunicação: quem (análise do emissor), diz o quê (análise de conteúdo), em que canal (análise de meios), para quem (análise de audiência), com que efeito (análise de efeitos). Essas pesquisas posteriormente serão aperfeiçoadas com base nas novas evidências trazidas pelos métodos psicológicas e sociológicas. Guaraldo explica que, com as novas pesquisas, os meios de comunicação de massa deixaram de ser vistos com a mesma força de 1920: o seu funcionamento não era mais concebido como uniforme e direto. Assim como o agregado homogêneo do conceito de massa foi sendo abandonado.

A Teoria das Balas Perdidas passou a ser considerada ingênua e deu lugar a modelos mais sociológicos. A massa passava a ser considerada como uma comunidade, em que as pessoas influenciavam umas as outras. Nelas os meios de comunicação não são mais tão poderosos, no sentido dado por Guaraldo:

Após vários meses de pesquisa, os pesquisadores perceberam que as pessoas pareciam muito mais influenciadas nas decisões políticas pelo contato face a face do que diretamente pela comunicação de massas. Eles reviram seus processos e descobriram então, o papel do líder de opinião, alguém que fazia a ponte entre as mensagens dos meios de comunicação e o eleitorado. Eles analisaram a importância desse grupo primário no qual ocorre a comunicação em duas etapas: uma das pessoas mais expostas à mídia para as que pouco se expõem à mídia. Esse novo modelo, diz que a comunicação se propagava em dois tempos (...) Fluxo de comunicação em dois tempos.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Ibid., p.6

<sup>39</sup> Ibid., p.7

Essa cadeia de sentido no público pode ser muito mais complexa. Com líderes de opinião intermediários sendo formados por outros, com maior contato com a mídia. Mas não elimina de todo a influência dos meios de comunicação de massa. Para o presente estudo considera-se essa influência sobre o conceito da construção de uma agenda, como explica Clemente:

Seguindo com a teoria da comunicação de massa, mas na ordem dos efeitos, um modelo diretamente vinculado com os conteúdos é o do estabelecimento de uma agenda, sobretudo no caso específico das notícias internacionais, em que a existência de outras fontes alternativas às informações do meio (experiências pessoais, comunicação interpessoal, etc) é mais limitada. Segundo esta, a seleção que realizam os acontecimentos indicam o estabelecimento da agenda dos temas mais importantes para a opinião pública, cujo efeito seria o de se assinalar sobre o que se precisa pensar. (...) estes [os meios] não indicam somente em que se deve pensar, mas também como se deve pensar sobre determinados temas.<sup>40</sup>

É por isso que na análise de conteúdo são feitas questões a partir de dados textuais. Com base na descrição quantitativa do conteúdo são feitas levantadas algumas hipóteses sobre o emissor, com relação à seleção e ao tratamento das notícias, e também sobre o receptor, ou mais especificamente, sobre o que é apresentado a ele. Para que a quantificação seja possível, são feitos registros, categorias e análises com base nos dados totalizados.

As inferências sobre emissor e receptor, no entanto, precisam ser testadas com outros métodos, que incluem discussões em grupo e entrevistas. Esse não é o objetivo deste trabalho. É apenas oferecer uma primeira amostra que pode se somar no futuro com outras pesquisas.

---

<sup>40</sup> PENALVA VERDÚ, Clemente. Desigualdad entre las naciones y noticias internacionales. 1998, p.15

### 3 O ETANOL ENTRE A CRISE E O DESENVOLVIMENTO

Assim se coloca uma disputa histórica: “O homem pobre terá satisfeito o seu objetivo – Habitação, e o nobre não ficará prejudicado em seu desejo – Progresso”<sup>41</sup>. O dilema entre os interesses do homem pobre e os do homem nobre tem sido o desafio das sociedades humanas que aspiram ao progresso econômico, mas são ameaçadas pelo risco da desarticulação de seu próprio tecido social. A frase que colocou esse problema data de 1604 e foi extraída de um documento oficial inglês feito em recomendação ao reino da Inglaterra. Na época, experimentava-se a euforia da descoberta do valor da terra cercada, que mais tarde, renderia ao reino inglês “frutos” em escala industrial e global. A frase é de tom profético, sendo otimista apesar da dicotomia que apresenta.

No Brasil uma divisão semelhante se atualiza, como se repetisse um ciclo. Essas terras, cujo nome faz referência ao seu primeiro produto de exportação, o Pau-Brasil, aparentemente estão destinadas a servir ao consumo internacional de itens básicos, com a oferta de commodities e condicionando, portanto, o desenvolvimento da nação a esses produtos, pois são considerados estratégicos. Foi assim com o café, o ouro, o látex, o açúcar, o caju, o algodão; hoje são a soja, a carne e o papel celulose; para o futuro, talvez o sejam os biocombustíveis.

No entanto, em paralelo a esse tradicional posicionamento econômico, o país experimenta uma sina social. Em quase todos os ciclos da economia agrícola, um momento de auge é seguido de um drástico declínio. Como consequência, inúmeros movimentos migratórios de mão-de-obra barata, depois de sustentarem o boom de um ciclo, vêm-se como massas de desfilados, isto é, sem “economias”, território e políticas.<sup>42</sup>

Diante desse cenário controverso, que de certa forma se assemelha aos primeiros antagonismos cercando o etanol brasileiro na arena de negociação global, justifica-se um olhar mais demorado sobre a atualização desse tema trazido pelo discurso jornalístico.

#### 3.1 O passado e o futuro do etanol

---

<sup>41</sup> POLANYI, Karl. **A Grande Transformação: as origens da nossa época**. Segunda edição. Rio de Janeiro, Elsevier, 2000, p.40

<sup>42</sup> CASTEL, Robert. **As metamorfoses da questão social. Uma Crônica do salário**. Sexta edição. Petrópolis, RJ, Vozes, 1998, passim.

O maior apelo mundial por energias de fontes renováveis e menos poluentes, fez com que as projeções de crescimento da produção de etanol brasileiro atingissem taxas inéditas. Em 2008, era esperado um crescimento de 150% da produção interna; também se registrava uma participação de 80% no abastecimento de veículos; previa-se a construção de mais 246 novas usinas<sup>43</sup> e um aumento de 177% na área necessária para o plantio da cana-de-açúcar até 2017.<sup>44</sup>

A cana-de-açúcar, a partir de 2007, se transformou na segunda maior fonte de energia do país, ultrapassado a energia hidráulica e sendo superada apenas pelo petróleo. Representava 16% da matriz energética brasileira como mostra o gráfico abaixo:

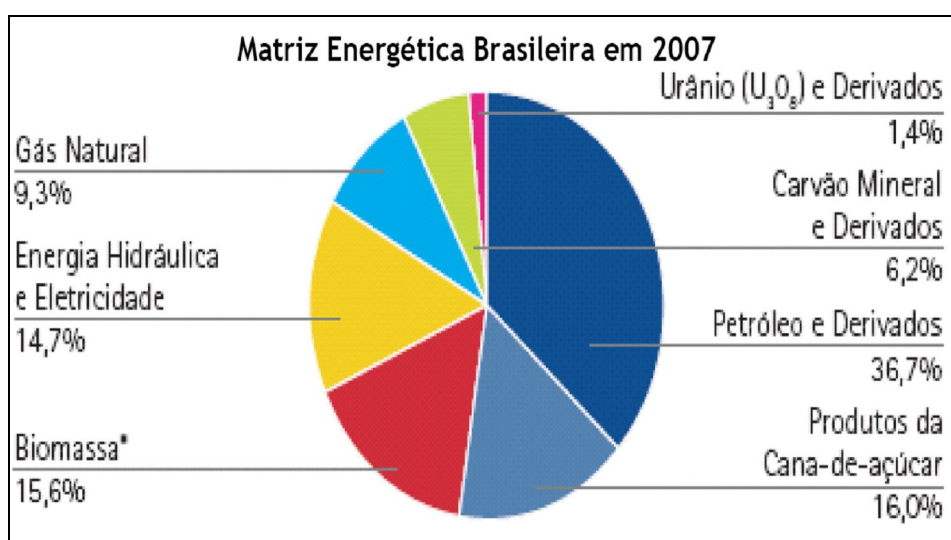


Figura 2 - Fonte: EPE<sup>45</sup>

A maior expectativa, no entanto, dos produtores e do governo brasileiro é em relação ao cenário internacional, com o objetivo de consolidar um mercado global de etanol. As primeiras discussões nesse sentido tiveram início em 2006, quando Comissão Européia, o governo dos Estados Unidos e do Brasil formaram uma força tarefa sobre o tema, estimando que até o final da década o comércio internacional de biocombustíveis deveria aumentar significativamente.<sup>46</sup> No ano

<sup>43</sup> Ver em anexo mapa das usinas no Brasil

<sup>44</sup> TOLMASQUIM, Maurício. A vez do Etanol: projeção da demanda e oferta de etanol 2008/2017. Disponível em <<http://www.epe.gov.br/ApresentacaoEvento/Forms/EPEApresentacaoEvento.aspx>> Acesso em 20 de Novembro de 2008, 13h.

<sup>45</sup> Ibid., p. 3

<sup>46</sup> TRIPARTITE TASK FORCE: BRAZIL, EUROPEAN UNION & UNITED STATES OF AMERICA. White Paper on Internationally compatible biofuel standards. Disponível em <[http://www.anp.gov.br/doc/biodiesel/White\\_Paper\\_on\\_Internationally-Compatible\\_Biofuels\\_Standards\\_Final.pdf](http://www.anp.gov.br/doc/biodiesel/White_Paper_on_Internationally-Compatible_Biofuels_Standards_Final.pdf)> Acesso em 20 de Novembro de 2008, 14h.

seguinte, foi realizada uma conferência para aumentar os padrões de compatibilidade dos biocombustíveis utilizados em suas regiões e facilitar o comércio internacional. Também foi criado o Fórum Internacional sobre Biocombustíveis, uma iniciativa do Brasil, com China, Comissão Européia, Índia, África do Sul e Estados Unidos. O objetivo era promover o consumo e produção sustentável do etanol ao redor do mundo.

A projeção para as exportações brasileiras é de 8,28 bilhões de litros até 2017<sup>47</sup>, com os principais mercados no Japão, Estados Unidos e Europa. No gráfico abaixo é possível observar como desde 2000 o crescimento das exportações foi acelerado e relativamente estável.



Figura 3 – Fonte: EPE<sup>48</sup>

A tradição de exportação brasileira em torno da produção das usinas de cana-de-açúcar, no entanto, é bem mais antiga e nem sempre contou com a estabilidade do comércio externo. É possível dizer, em um sentido exclusivamente econômico, que este produto passou por períodos de crises e desenvolvimento. No Brasil, o etanol data do século XVI, como subproduto da produção de açúcar, esta exportada para os mercados europeus. A pesquisa para a utilização deste subproduto como combustível só teve os primeiros resultados no início do século XX. A “1ª Exposição

<sup>47</sup> TOLMASQUIM, M., op.cit., p. 17

<sup>48</sup> Ibid., loc.cit.

Nacional de Aparelhos a Álcool”<sup>49</sup> ocorreu em 1903, durante o “Congresso das Aplicações Industriais do Álcool” promovido pela Sociedade Nacional de Agricultura.

Durante a primeira guerra mundial o combustível seria utilizado de maneira total ou parcial no lugar dos derivados do petróleo. E, em 1931, o governo brasileiro moveu as primeiras ações para incentivar essa indústria internamente, tornando obrigatória a mistura mínima de 5% do álcool com a gasolina importada. A segunda guerra mundial permitiu maiores incentivos, devido às dificuldades no fornecimento de combustíveis derivados do petróleo.<sup>50</sup>

Essa onda favorável foi interrompida, no entanto, pelos baixos preços do petróleo que se estabilizaram durante a década de 1950, por conta da grande produção nos países do Oriente Médio. A viabilidade do etanol esteve e, possivelmente, ainda estará por algum tempo, vinculada ao preço do petróleo. As duas primeiras crises do energético fóssil, em 1951, quando da nacionalização da Anglo-Iranian, no Irã, e mais tarde a crise do canal de Suez, em 1956, não foram suficientes para elevar os preços do petróleo a uma condição favorável à produção de etanol.<sup>51</sup>

Porém, este cenário seria revertido, pois havia por parte de governos a transferência da política mundial do petróleo das grandes empresas internacionais para os países exportadores. Desde 1928 o cartel formado pelas sete maiores empresas petrolíferas do globo - Exxon, Shell, Móbil, Texaco, Gulf, Chevron e British Petroleum – tinham o controle sobre a extração, transporte, refino e distribuição da principal fonte de energia do mundo. Mas em 1960 foi fundada, em Bagdá, a OPEP - Organização dos Países Exportadores de Petróleo – por Irã, Iraque, Kuwait, Arábia Saudita e Venezuela. Com isso a tendência de mudança na geopolítica se confirmaria.<sup>52</sup>

Após sete anos da fundação da OPEP, ocorreu a terceira crise do petróleo do pós-guerra. Durante a Guerra dos Seis Dias o canal de Suez foi interrompido, o que resultou no fechamento de uma das principais rotas do petróleo. O canal ligava o golfo Pérsico ao Mediterrâneo e Atlântico Norte.

O sinal mais relevante sobre o poder do segundo cartel do petróleo, formado pelos países exportadores, aconteceu em 1973, durante a quarta crise mundial do energético. Contemporâneo à guerra do Yom Kippur, o embargo árabe do petróleo fez com que o preço do barril passasse de US\$ 2,90 para US\$ 11,65 em três meses. Só então o álcool pôde ser considerado uma alternativa

<sup>49</sup> PRIORE, Mary Del & VENANCIO, Renato. **Uma História da Vida Rural no Brasil**, Rio de Janeiro, Editora Ediouro, 2006, p. 171

<sup>50</sup> SCARLATO, Francisco C. & PONTIN, Joel A. *Energia para o século XXI*. São Paulo: Ática, 2001, pp. 46-47, passim

<sup>51</sup> Ibid., p. 16

<sup>52</sup> SCARLATO, F. C. et al. op. cit., pp. 240-249

energética mundial viável e também estratégica. Na defesa do mercado mundial de etanol, a Empresa de Pesquisa Energética do Ministério de Minas e Energia brasileiro justifica o uso estratégico do etanol com o argumento de que mais de 100 países poderiam produzir esse novo combustível, anulando-se, assim, a dependência mundial ao reduzido número de produtores da indústria do petróleo.

Para reduzir os impactos negativos da dependência brasileira ao petróleo na época do acelerado aumento nos preços desse produto, foi criado, em 1975, o Programa Nacional do Álcool (Proálcool). O programa governamental tinha o objetivo de diminuir a vulnerabilidade econômica e a dependência externa do país, por meio da introdução do álcool combustível em larga escala. A produção anual cresceu dos 600 milhões de litros para 3,5 bilhões de litros nos primeiros quatro anos do programa.<sup>53</sup> Mas essa indústria ainda sofreria novos impactos negativos.

Mais tarde, em 1979, aconteceu a segunda crise do petróleo, motivada pelo conflito entre o Irã e o Iraque, fazendo com que muitos importadores tomassem medidas como montar estoques caso houvesse um esgotamento do recurso ou novo embargo. A reação da Opep foi de elevar os preços a US\$ 34. Entre 1972 e 1983, o preço do barril subiu em mais de onze vezes o valor inicial de US\$ 2,84.

Com o acentuado aumento, alternativas concorrentes do álcool também foram viabilizadas, como, por exemplo, a extração de petróleo em alto mar ou em águas profundas. Regiões como a Sibéria e o Alasca onde, anteriormente, projetos de exploração seriam deficitários em comparação com os campos árabes, passaram a receber investimentos. Países como Rússia, Estados Unidos, Noruega e o Brasil aumentaram seus empreendimentos exploratórios na tentativa de reduzir os custos de importação de petróleo. A consequência foi que o preço do óleo sofreu nova queda, por conta da lei de oferta e procura. Em 1986 a cotação do barril já estava na casa dos US\$ 12,00. Mais uma vez o álcool brasileiro se tornava inviável economicamente. O resultado foi uma crise no seu abastecimento, que ocorria após de a indústria ter recebido altos investimentos públicos através do Proálcool.

A reversão do cenário pôde ser sentida nos fabricantes de carros. Em 1985, 92%<sup>54</sup> dos veículos produzidos no país eram movidos a álcool, mas no início da década de 1990 a preferência

<sup>53</sup> REBRIP. **Agrocombustíveis e Agricultura Familiar no Brasil: panorama do etanol da cana-de-açúcar e biodiesel da soja, dendê e mamona.** Disponível em <http://www.rebrip.org.br/rebrip/pagina.php?id=1856>, acessado em 20 de agosto de 2008, 13h.

<sup>54</sup> GOVERNO FEDERAL. Diretrizes de Política de Agroenergia 2006-2011. Disponível em < [www.mme.gov.br](http://www.mme.gov.br) > Acesso em 16 de Novembro de 2008, p. 10



já era pela gasolina. E no final dos anos 90, menos de 1% dos veículos eram fabricados para rodar com o energético vindo da cana-de-açúcar.

Entre as medidas do Proálcool estavam subsídios para aquisição de veículos a álcool e créditos subsidiados para grandes, médios e pequenos produtores de cana-de-açúcar a fim de que modernizassem suas instalações. O rápido crescimento favoreceu, no entanto, várias críticas ao setor, muitas atribuídas ao modo de cultivo da cana. São elas: a transformação de áreas de cultivo diversificado da agricultura familiar, que inclui a produção de alimentos, em monocultura de cana-de-açúcar; a concentração de terras com a expulsão de agricultores familiares para as cidades; as condições de trabalho degradante e danos ambientais provocados por queimadas e dejetos. Essas críticas podem ser percebidas em documentos recentes, como aparece no trecho abaixo:

Desde o início do Proálcool discute-se o grau em que a expansão da cana tem deslocado culturas alimentares. Hoje, sobretudo em São Paulo, a cana parece estar deslocando ou substituindo setores inteiros – o leite, a laranja e a pecuária. No Paraná há a preocupação sobre a expansão da cana em áreas tradicionalmente dedicadas ao milho e ao trigo. (...) Segundo estudo de Sidnei Gonçalves, existe uma correlação forte entre o avanço da cana em São Paulo e o avanço da pecuária na região amazônica, com impactos diretos no ritmo de desmatamento (...). Outros estudos, porém, rebatem esses argumentos, apontando uma tendência de combinar a produção de grãos com a pecuária num sistema crescentemente poupador de terras.<sup>55</sup>

Na relação entre empregado e empregador, o investimento governamental através do Proálcool, aumentou a demanda por mão-de-obra para abastecer as usinas mais potentes. A concentração dos chamados trabalhadores bóias-frias nas plantações propiciou maiores reivindicações. Após seguidas greves na década de 1980, quando se exigia o pagamento por metro de cana cortado e não por tonelada, foram conquistados benefícios como carteira assinada e contrato de safra.<sup>56</sup> O período também coincidiu com a entrada em funcionamento das máquinas para a colheita.<sup>57</sup> A mecanização mais eficiente, no entanto, se limita ainda hoje às áreas planas do interior do estado de São Paulo.

Em 1990 o setor foi desregulamentado e se tornou mais competitivo. As usinas mais eficientes se mantiveram. A competitividade também foi levada para os próprios cortadores. O corte por trabalhador precisou aumentar de 5 a 6 toneladas por dia, para 12 toneladas. Atualmente chegam a níveis de 20 ton/dia entre os trabalhadores mais experientes.

---

<sup>55</sup> REBRIP, op. cit., p. 27

<sup>56</sup> Ibid. p. 28, passim

<sup>57</sup> Ibid., loc.cit.

As condições de trabalho nos canaviais têm sido objeto de denúncias desde o início do ciclo da cana no Brasil colonial, e ressurgem hoje no contexto da nova expansão do setor. No momento da redação desse texto, os cortadores de cana iniciavam uma greve geral, a primeira desde 1986. “Eles reivindicavam um piso de R\$ 1,6 mil (hoje, em média, R\$ 450,00), carga horária de trinta horas (hoje em torno de 44 horas), fim do pagamento por tonelada cortada (querem por metro), assistência médica e social, horário de descanso e refeições, mais segurança no trabalho e no transporte.”(Açúcar Ético, 2007).<sup>58</sup>

Essas críticas ressurgem no momento em que as perspectivas de crescimento da produção do etanol se tornam mais aceleradas. Sobre a viabilidade da produção, o cenário sofreu uma nova reversão e dessa vez mais positiva e estável para o combustível. Por um lado, em função da elevação nos preços do petróleo e a pressão pelo uso de fontes renováveis de energia em nível global. E por outro lado, pela inserção de uma tecnologia mais flexível ao uso de diferentes combustíveis em veículos. Os carros com motores flex fuel, que tem a capacidade técnica de utilizar 100% de álcool etílico hidratado como combustível, 100% de gasolina convencional ou a mistura de ambos em qualquer proporção, começaram a ser vendidos em 2003.<sup>59</sup>

As principais mudanças podem ser percebidas pelas diretrizes políticas brasileiras sobre o álcool, que passara a considerar:

A flexibilidade oferecida pela tecnologia, que funciona como uma demanda cruzada, traz duas consequências imediatas: 1) incorpora um sistema automático de prevenção de crise de abastecimento (na suposição de que a oferta de gasolina será sempre regular); e 2) o volume do consumo de álcool vai estar diretamente vinculado à capacidade de nossos industriais em oferecer todo o produto demandado a preços competitivos.<sup>60</sup>

Ou seja, a novidade tecnológica insere o etanol de maneira mais intensa à ordem das leis de mercado. Esse combustível passa a competir com a gasolina e, caso ocorra uma crise no seu abastecimento, os riscos de se desperdiçar os investimentos em produção e consumo não são mais tão altos como na década de 90. O mercado consumidor interno estaria, assim, garantido mesmo com uma crise na oferta.

Em 2008, as vendas de álcool nas distribuidoras superaram, pela primeira vez, as de gasolina. Também há na política atual a intenção de incentivar a produção de biodiesel,

<sup>58</sup> Ibid., pp. 26-27

<sup>59</sup> GOVERNO FEDERAL. Diretrizes de Política de Agroenergia 2006-2011. Disponível em < [www.mme.gov.br](http://www.mme.gov.br) > Acesso em 16 de Novembro de 2008, p. 14

<sup>60</sup> GOVERNO FEDERAL. Diretrizes de Política de Agroenergia 2006-2011. Disponível em < [www.mme.gov.br](http://www.mme.gov.br) > Acesso em 16 de Novembro de 2008, p. 14

“combustível obtido da mistura, em diferentes proporções, de diesel e éster de óleos vegetais”<sup>61</sup>, como mostra a projeção até 2020 do governo federal:

Estudos da MEN [Matriz Energética Nacional] sinalizam uma perda de participação de mercado para o diesel e a gasolina (ver Tabela 1) no horizonte até 2020, em favorecimento à expansão do consumo de álcool hidratado, gás natural veicular e óleos vegetais para composição do biodiesel. Estas projeções de demanda de etanol exigem uma expansão de 50 novas destilarias e 3,5 Mha de área plantada até 2023, o que representa investimentos da ordem de US\$ 3,5 bilhões em novas destilarias, valor equivalente a uma nova refinaria de petróleo com capacidade de processamento de 300 mil bdp.<sup>62</sup>

Para a exportação do etanol, no entanto, os desafios são colocados no sentido de negociar previsões de consumo e apoio político para a consolidação de um mercado global, em que não só o Brasil seja produtor. E para isso é preciso equacionar as seguintes questões:

1) os países interessados na aquisição de etanol carburante precisam definir suas rampas de crescimento do consumo para permitir que os países produtores possam se programar; 2) o comércio regular deve basear-se em contratos de longo prazo, o que reduz o risco comercial para ambos os lados; e, 3) definir uma regra de formação de preços, baseada em parâmetros previamente definidos.<sup>63</sup>

Portanto, o etanol brasileiro se apresenta em um momento mais favorável de expansão comercial, como indicam as projeções de crescimento dessa indústria em nível nacional. Isso em função de um novo cenário político, tecnológico e comercial. Não só para exportar o combustível, mas também as tecnologias utilizadas em sua produção. Mas por outro lado, persistem as críticas sobre as práticas sociais e até mesmo ambientais dessa indústria. É, então, um cenário de oportunidade de desenvolvimento econômico e risco de agravamento sócio-ambiental, caso as críticas não sejam consideradas. Qual eram as notícias da expansão global? Quais são os seus possíveis partidários e adversários no campo econômico internacional?

### 3.2 Entre as notícias

É possível dizer que a cobertura do etanol pela imprensa brasileira torna visível uma atualização desses dois discursos opostos, entre os interesses de ricos e pobres, ou em outros termos, o discurso daqueles que usufruem a maior parte dos benefícios do desenvolvimento

<sup>61</sup> Ibid., p. 12

<sup>62</sup> Ibid., loc.cit.

<sup>63</sup> Ibid., p.15

econômicos e o daqueles que são por eles afetados. No contexto atual, o Brasil revive a euforia de expandir o valor de suas propriedades agrícolas, que ao longo do século XX se consolidaram como indústria. No início deste novo milênio, os interesses do “homem nobre” do campo brasileiro são similares aos interesses de desenvolvimento econômico que os proprietários de terras ingleses vivenciavam na época dos cercamentos. O governo brasileiro aliado ao setor privado defende a abertura dos mercados europeus para o etanol brasileiro. Além do mercado europeu, busca-se um mercado global para o etanol, que envolve não apenas a mistura do álcool com a gasolina, mas também o uso de carros de tecnologia flex fuel, em que o álcool pode servir como um combustível alternativo ao de origem fóssil.

No entanto, a principal diferença em relação aos tempos de gestação do capitalismo industrial na Inglaterra, baseia-se no fato de que os mercados consumidores, principalmente europeus, não são mais tão otimistas quanto a profecia da frase que serviu para orientar seus líderes naquela época. E para o desenvolvimento de uma indústria do etanol são feitas cobranças quanto ao modo de produção e sobre a eficácia do etanol. Assim é descrito um discurso de defesa de direitos sociais e, principalmente, ambientais. A metáfora da “habitação” pode ser entendida neste caso, como sendo a natureza e o próprio homem. No lugar do otimismo, há pelo contrário, muita crítica com relação ao “progresso” vendido pelo discurso opositor, do desenvolvimento econômico.

Há, porém, outra diferença em relação à época do cercamento dos campos, em relação aos enunciadores dos diferentes discursos. Numa inversão de sinais, são os países ricos que defendem, atualmente, o lugar dos homens pobres, argumentando em favor da “habitação”. E do outro lado, os “homens pobres”, parecem posicionados na defesa dos ideais de progresso e desenvolvimento econômico, antes as bandeiras dos “homens nobres” na frase de abertura deste capítulo.

O governo brasileiro decidiu contra-atacar de maneira organizada as críticas de europeus e americanos à produção de etanol e à expansão do programa de biocombustível. Aproveitando viagem de quatro dias à Holanda e à República Tcheca, iniciada ontem em Haia, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva rebaterá críticas com uma acusação: dirá, em Amsterdã, amanhã, diante de platéia de empresários, que os países ricos estão levantando “supostos riscos ambientais e sociais” para criar nova barreira de proteção comercial contra países pobres e emergentes.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> MONTEIRO, Tânia. Lula vai reagir às críticas ao etanol. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 10 Abril, 2008, p. 10

O argumento do presidente brasileiro faz referência ao processo histórico descrito nos capítulos anteriores e, em especial, ao discurso dos países ricos na Conferência de Estocolmo<sup>65</sup>, quando esses países defendiam o crescimento zero, congelando a disparidade global e a posição das ex-colônias como economias secundárias e subservientes às antigas metrópoles. A maneira organizada “que o governo brasileiro decidiu contra-atacar”<sup>66</sup> as críticas aos biocombustíveis faz referência a uma estratégia de comunicação que busca agenciar informações de interesse ao discurso do desenvolvimento econômico, respondendo às críticas européias.

Entre os emissores mais relevantes para os objetivos brasileiros, destacam-se a União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Unica), com a estratégia de disseminar dados técnicos que estimulem a adoção do etanol de cana na Europa, e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

Para defender a onda de rejeição ao uso dos biocombustíveis na Europa, o presidente Lula pretende montar um contra-ataque, sustentado principalmente por uma rede de informações maciça. A estratégia envolve não só órgãos governamentais, mas também empresários brasileiros do setor sucroalcooleiro, interessados em atrair investimentos europeus. (...) A Única – a associação paulista do setor – já tem um escritório em Washington, trabalhando para difundir informações sobre o etanol e abriu recentemente um escritório em Bruxelas, onde funciona a Comissão Européia, para fazer essa ponte direta com os europeus. (...) O ministro do Desenvolvimento, Miguel Jorge, voltou otimista da viagem porque, segundo ele, toda a resistência ao etanol resulta de desinformação. Ele recebeu a determinação do presidente de criar uma força-tarefa – com os ministérios do Meio Ambiente, Agricultura e Desenvolvimento Agrário – para montar essa estratégia de informação, que visa principalmente a convencer a opinião pública européia.<sup>67</sup>

O objetivo dessa estratégica do discurso de desenvolvimento econômico é viabilizar um mercado global de etanol. O trecho “para montar essa estratégia de informação, que visa principalmente convencer a opinião pública européia” dá a idéia de uma guerra de persuasão. Assim como a que propiciou o surgimento das Teorias de Comunicação norte-americanas.

Mas, segundo o ex-ministro da Agricultura Roberto Rodrigues são exigências de um mercado global:

<sup>65</sup> SENE, Eustáquio de & MOREIRA, João Carlos. **Geografia geral e do Brasil: espaço geográfico e globalização**. São Paulo: Scipione, 1998, passim, pp. 349-353.

<sup>66</sup> Ibid., loc. cit.

<sup>67</sup> ULHÔA, Raquel. Brasil prepara defesa ampla do etanol. **Valor Econômico**. São Paulo, 14 abril, 2008, p. 5

Primeiro: quando houver mais países exportando – o Brasil é hoje o único exportador de peso. Segundo: quando a legislação dos países consumidores obrigar a mistura na gasolina, porque sem a obrigatoriedade ninguém vai misturar. A indústria do petróleo não vai permitir isso. Terceiro: quando esses mitos [inflação dos alimentos, trabalho degradante e ineficácia para combater a mudança climática] forem eliminados. Quarto: quando for criada uma estratégia global, baseada em estratégias nacionais.<sup>68</sup>

Por outro lado, os principais enunciadores do discurso de defesa sócio-ambiental são colocados como as autoridades européias e os porta-vozes dos organismos multilaterais como a ONU e a FAO. As principais críticas são feitas em relação à elevação dos preços dos alimentos, que a geração de combustível a partir de recursos agrícolas e, como no caso norte-americana, a partir de culturas alimentares como o trigo, ocasionaria.

A FAO (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação) alertou ontem de que a produção de biocombustíveis pode colocar em risco o acesso a alimentos pelos setores sociais mais pobres da América Latina e do Caribe. “Isso [expansão dos biocombustíveis] pode ocasionar mudanças na demanda, no comércio exterior, na destinação de insumos produtivos – terra, água, capital etc – e, finalmente, um aumento nos preços dos cultivos energéticos e tradicionais, pondo em risco o acesso aos alimentos para os setores mais pobres”, diz trecho do documento da organização.<sup>69</sup>

Outros fatores apontados pelo relator da ONU para a disparada da inflação dos produtos alimentícios foram a especulação dos mercados e a política do FMI (Fundo Monetário Internacional), que, segundo ele, obriga muitos países em desenvolvimento a priorizar sua produção agrícola para a exportação ao mesmo tempo em que têm uma economia voltada a subsistência.<sup>70</sup>

Em títulos que davam voz ao contra-ataque do presidente brasileiro, como por exemplo, “É ‘mentira deslavada’ que produção de álcool cause inflação, afirma Lula”<sup>71</sup> a mídia montou uma arena onde era possível acompanhar os embates de ambos os lados.

O presidente lembrou que há no mundo “1 bilhão de seres humanos vivendo abaixo da linha da pobreza e 1 bilhão que não consegue comer as calorias e as proteínas necessárias”, sem que haja produção de biocombustíveis para justificar a escassez. Depois, afirmou que “o Brasil está apresentando uma alternativa [à gasolina]. Nós produzimos combustível que não emite CO<sub>2</sub>, menos poluente, mais gerador de empregos, portanto muito mais importante para o mundo subdesenvolvido”. (...) “O que estamos propondo é democratizar o combustível no

<sup>68</sup> VIALLI, Andréa. **‘É cedo para culpar o etanol pela inflação’**. São Paulo, 2008. Entrevista de Roberto Rodrigues ao Estado de São Paulo em 13 de abril de 2008, p. 21

<sup>69</sup> FAO ataca produção de biocombustíveis. Folha de São Paulo. São Paulo. 15 de abril, 2008, p. 5.

<sup>70</sup> Ibid. loc. cit.

<sup>71</sup> É ‘MENTIRA deslavada’ que produção de álcool cause inflação, afirma Lula. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 12 abril, 2008, p. 3.

mundo e não permitir que o controle fique apenas na mão de 10 ou 12 países”, afirmou Lula.<sup>72</sup>

Na arena internacional a questão ambiental era colocada através das preocupações com o aumento do desmatamento na Amazônia, conforme o comentário do professor de agroenergia da FGV, Roberto Perosa:

Segundo o professor, outra “falácia” alimentada por concorrentes no mundo dos agronegócios é dizer que a plantação de cana-de-açúcar vai depredar a Amazônia. “Não faz sentido, pois a plantação de cana necessita de clima seco e a Floresta é extremamente úmida”, ressaltou o especialista.<sup>73</sup>

O debate em nível internacional, no entanto, repercutiu em menor grau ambigüidades no discurso dos críticos, como no caso da FAO:

A Organização das nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO) prevê que a produção de biocombustíveis pode ser um fator de risco para a segurança alimentar no curto prazo, mas acredita que o etanol e o biodiesel têm condições de se transformar em um aliado no combate à fome, desde que sejam acompanhados de políticas públicas eficientes que estimulem a agricultura familiar, aumentem a oferta de crédito e tenham uma estrutura de mercado que favoreça o comércio de alimentos sem amarras protecionistas.<sup>74</sup>

A Gazeta Mercantil foi um dos poucos jornais no período a captar essa divergência interna dos enunciadores do discurso de defesa sócio-ambiental. Ao invés do desenvolvimento zero, de Estocolmo, aparece uma síntese de um modelo de desenvolvimento próximo ao discutido na Rio 92, isto é, que mistura o crescimento econômico com o equilíbrio social e ambiental.<sup>75</sup>

Em relação aos discursos históricos da “habitação” versus o “progresso”, apresentado na abertura deste capítulo, os jornais deixaram visíveis os enunciadores das questões internacionais; mas para as questões levantadas no cenário interno, os porta-vozes têm menor aparição. Representantes das comunidades e indivíduos afetados pelos empreendimentos da cana de açúcar tiveram reduzida visibilidade no período, em oposição aos representantes dos empreendimentos,

---

<sup>72</sup> Ibid., loc. cit.

<sup>73</sup> TOTINICK, Ludimilla. Lula inflama discussão sobre etanol. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. 12 de abril, 2008, p. 17

<sup>74</sup> REUTERS & SEVERO, Rivadavia. Biocombustíveis podem ajudar no combate à fome, diz FAO. **Gazeta Mercantil**. Rio de Janeiro, 15 de abril, 2008, p. 4.

<sup>75</sup> SENE, Eustáquio de & MOREIRA, João Carlos. **Geografia geral e do Brasil: espaço geográfico e globalização**. São Paulo: Scipione, 1998, pp. 413-420, passim

que estiveram fortemente representados. Isso talvez seja o reflexo do uso estratégico dos meios de comunicação, enunciado amplamente no período pelo presidente.

Portanto, séculos após a carta sobre a fertilidade das terras brasileiras ter atravessado o oceano, as mensagens, informações e meios de comunicação são tão valiosos quanto as terras cercadas, seja pelos discursos que protagonizam, ou pelos interesses de progresso a que servem, defendem ou criticam, principalmente quando se tem em vista o domínio de novos mercados consumidores. A mídia contribui, de certa forma, para acelerar ou diminuir o ritmo de processos econômicos. No caso do etanol, pode-se dizer, por exemplo, que a notícia de que existem trabalhadores em condições de trabalho degradante na região da Amazônia Legal, torna mais lenta a expansão do mercado de etanol, principalmente em mercados exigentes quanto as questões ambientais e sociais, como é o caso europeu. Por outro lado, notícias de que o etanol beneficia a renda de moradores de pequenas cidades, estimulando inclusive a migração para estas cidades, serve como argumento para o discurso do desenvolvimento econômico.

Os interesses em torno do etanol podem ser avaliados, então, pela necessidade de se obter sucesso na competição global. Os desafios são muitos: sobreviver às ameaças que acompanham o progresso econômico; satisfazer o objetivo do “homem pobre”, que hoje não é só de habitação, mas também de segurança alimentar e direitos humanos; assim como os desejos do “homem nobre”. A informação e os discursos são os recursos capitais diante do momento que exige decisões coerentes e acertadas, no sentido de não mais conduzir o homem e seu planeta à desarticulação total, e ao esgotamento natural. Dessa forma, defende-se que os jornais brasileiros atualizou histórica disputa entre os discursos do chamado homem pobre e do homem nobre.

### 3.3 Metodologia

O conceito de mercado foi norteador da metodologia de pesquisa. O discurso favorável ao desenvolvimento do etanol é aquele favorável à expansão da lógica de mercado. Com isso, buscou-se uma bibliografia que servisse como suporte teórico para compreender o significado deste conceito e suas relações com outras esferas da vida humana.

Antes de mais nada é preciso deixar claro que todo o nosso estudo se refere às “economias de mercado”, ou seja, às economias (como a brasileira) em que a maior parte da produção é dividida em unidades especializadas – fábricas, fazendas, usinas hidrelétricas, lojas, companhias de transporte, etc. – que vendem



o que produzem sob a forma de mercadorias. Uma mercadoria é, portanto, um produto que não se destina ao consumo do próprio produtor mas à venda.<sup>76</sup>

Com relação às implicações sociais e ambientais dessa economia de mercado, Karl Polanyi oferece um caminho para a análise: “Uma economia de mercado deve compreender todos os componentes da indústria, incluindo trabalho, terra e dinheiro”<sup>77</sup>. Isto é, componentes humanos e ecológicos. Ambos freqüentam toda crítica contra a expansão acelerada do mercado de etanol, como indica o artigo de Abromovay “Geopolítica e sociedade no caminho do etanol brasileiro”<sup>78</sup>. Para um estudo sobre o comportamento da mídia diante de desafios para o desenvolvimento econômico e ameaças à sobrevivência da sociedade, considerou-se relevante investigar se esses componentes naturais e sociais apareciam com freqüência na cobertura do produto. Basicamente, se existe uma cobertura que se aproxime das críticas ao produto, que vá buscar comprová-la ou refutá-la no dia-a-dia

Assim, quais são as principais críticas feitas ao etanol? Elas são algumas das críticas feitas ao modelo de desenvolvimento agrícola brasileiro. É possível encontrá-las na história e no discurso produzido por grupos que se especializaram na defesa dos direitos das pessoas afetadas pelas atividades empresariais ou industriais que visam o lucro. Como explica Dornelles, é necessária uma vigilância sobre as relações das instituições empresariais ou governamentais com “empregados, colaboradores, clientes, fornecedores, comunidades, governos, meio ambiente, acionistas e até seus concorrentes”<sup>79</sup>. Esse é um desdobramento do conceito de responsabilidade social empresarial. Os chamados stakeholders podem ser entendidos como

O termo “stakeholders” foi criado para designar todas as pessoas ou empresas que, de alguma maneira, são influenciadas pelas ações de uma organização. Interna e externamente podemos pensar em vários grupos de pessoas que podem ser influenciados pelo trabalho de um ONG: beneficiários diretos, familiares, colegas de escola ou de trabalho dos beneficiários; Empresas situadas próximas ao local de desenvolvimento das atividades e/ou próximas ao local de residência dos beneficiários; Funcionários, voluntários e Conselheiros; Empresas parceiras e seus funcionários; Doadores; Fornecedores e seus funcionários; Governos locais;

<sup>76</sup> SINGER, Paul. **O que é Economia**. São Paulo: Contexto, 24ª ed, 2006, p. 9.

<sup>77</sup> POLANYI, Karl. **A Grande Transformação: as origens da nossa época**. Segunda edição. Rio de Janeiro, Elsevier, 2000, p. 93

<sup>78</sup> ABROMOVAY, Ricardo. **Geopolítica e sociedade no caminho do etanol brasileiro**. Valor Econômico. Rio de Janeiro, 4 Abril, 2008, p. 19

<sup>79</sup> DORNELLES, Beatriz e BIZ, Osvaldo. **Jornalismo Solidário**. Porto Alegre: Editora GCI, 2006, p. 61.

Outras organizações do terceiro setor que prestam serviços complementares ao da sua ONG<sup>80</sup>

Então, enumeramos as principais questões com base no material produzido por estas instituições e nos registros históricos, expostos no capítulo sobre a história do etanol. Para a análise quantitativa dos jornais, escolhemos aquelas que mais se destacavam diante do etanol e separamos nas seguintes áreas:

#### A) Terra

- 1) Informações ou referência ao modelo de uso econômico da terra, delineadas enquanto agricultura familiar ou agronegócio.
- 2) Informações ou referência à distribuição da terra

#### B) Trabalho

- 1) Informações ou referência às condições de trabalho. (equipamentos utilizados, volume da produção, modo de produção, tempo de trabalho, origem dos fluxos de trabalhadores, rentabilidade)<sup>81</sup>
- 2) Informações ou referência sobre Desemprego/Emprego e geração de renda

#### C) Alimentos

- 1) Informações ou referência à fronteira agrícola afetando alimentos<sup>82</sup>
- 2) Informações ou referência à fome/desnutrição
- 3) Informações ou referência ao preço dos alimentos

#### D) Meio Ambiente

- 1) Informações ou referência a subprodutos nocivos
- 2) Informações ou referência sobre as queimadas
- 3) Informações ou referência a poluentes
- 4) Informações ou referência a desmatamento

<sup>80</sup> GOLDSCHMI DT, Andréa. Stakeholders – Como interagir com tantos públicos diferentes. Disponível em < <http://integracao.fgvsp.br/ano6/04/financiadores.htm> > Acesso em 12 novembro de 2008, 20h.

<sup>81</sup> O registro das notícias não foram feitos distinguindo essas subcategorias, elas apenas serviam de guia para registrar e contabilizar o número de vezes que a questão trabalho, no geral, aparecia em uma notícia.

<sup>82</sup> Muitas matérias se referiam à fronteira agrícola com relação ao desmatamento. Essas foram registradas no tema ambiental.

### 5) Informações ou referência créditos de carbono

As categorias terra, trabalho, alimentos e meio ambiente foram identificadas, com base nestes critérios enumerados acima. Os dados que serviram de referência, como por exemplo, “informações sobre queimadas”, não foram registrados e nem contabilizados. Essas informações ficaram agregadas numa tabela final que possui a seguinte estrutura:

**Estrutura da análise do conteúdo**

	Quantidade		Porcentagem	
	Menciona	Não Menciona	Menciona	Não Menciona
A – Terra	-	-	-	-
B - Trabalho	-	-	-	-
C – Alimentos	-	-	-	-
D - Meio Ambiente	-	-	-	-
	-	-	-	-

Quadro 1

A coluna “Quantidade” possui dados referentes ao número de matérias que fazem referência a um dos temas das linhas, assim como o número de matérias que não o fazem. Não foi contabilizado o número de vezes que cada tema era mencionado em uma mesma matéria. Para determinado tema ser considerado presente no texto, exigia-se o mínimo de destaque, sendo suficiente apenas sua menção.

A coluna “Porcentagem” repete a mesma estrutura de apresentação dos dados da coluna anterior, sendo que a lógica percentual se refere ao total de matérias publicadas. Isto é: X % de um total de 109 matérias. Matérias são consideradas todos os tipos de produção textual com unidade, independente da predominância do caráter informativo ou opinativo. Isso inclui artigos, editoriais, entrevistas, reportagens (reportagens assinadas e não assinadas, mas que ocupassem meia folha de papel A4 de texto em papel jornal) e pequenas notas. Os Box jornalísticos foram incluídos nas reportagens.

Com essa ferramenta de análise espera-se observar a frequência com que os temas objetos de crítica do etanol são mencionados ou geram informação. Portanto, é preciso destacar dois limites: 1) não se faz distinção entre informação, essa entendida como nível de detalhamento e novidade dos jornais e referência, essa entendida como simples menção, muito presente no discurso de autoridades; 2) também não se observa através desse instrumento o que é crítica e o que é elogio, em outras palavras, a informação ou menção que abre um espaço para se acelerar o desenvolvimento do mercado do etanol daquela informação ou menção que abre espaço para frear o

desenvolvimento desse mercado, se assim for possível dizer. Para isso, seria preciso reduzir o nível de detalhamento para os subitens enumerados para cada tema. E neles buscar delimitar o que favorece e o que trava o avanço de um mercado de forma comprometida com o equilíbrio social e ambiental.

A ferramenta de análise permite, sim, uma aproximação sobre os componentes sociais e ambientais incluídos nas indústrias em uma economia de mercado sobre a qual é feita a cobertura dos jornais impressos. E mais, permite observar quais temas possuem maior visibilidade no recorte do tempo. Escapa, no entanto, se aparecem sob a forma subordinada às leis do mercado ou se na forma de elementos vitais para a sociedade.

É com a ajuda do conceito de mercadoria que o mecanismo do mercado se engrena aos vários elementos da vida industrial. As mercadorias são aqui definidas, empiricamente, como objetos produzidos para a venda no mercado; por outro lado, os mercados são definidos empiricamente como contatos reais entre compradores e vendedores. Assim, cada componente da indústria aparece como algo produzido para a venda, pois só então pode estar sujeito ao mecanismo da oferta e procura, com a intermediação do preço. Na prática, isto significa que deve haver mercado para cada um dos elementos da indústria; que nesses mercados cada um desses elementos é organizado num grupo de oferta e procura.<sup>83</sup>

Esses componentes são chamados por Polanyi como mercadorias fictícias, já que são inseridas nos processos de compra e venda, com preços e também mercados. Mas as mercadorias fictícias<sup>84</sup> são, na verdade, elementos naturais e da sociedade. No etanol são “clima, solo, água e sol, mas também competências”.

O ponto crucial é o seguinte: trabalho, terra e dinheiro são elementos essenciais da indústria. Eles também têm que ser organizados em mercadorias e, de fato, esses mercados formam uma parte absolutamente vital do sistema econômico. Todavia, o trabalho, a terra e o dinheiro obviamente não são mercadorias. O postulado de que tudo o que é comprado e vendido tem que ser produzido para venda é enfaticamente irreal no que diz respeito a eles.<sup>85</sup>

O pensador detalha mais adiante o porquê de considerá-los como mercadorias fictícias. Ele questiona se uma porção de terra, por exemplo, poderia ter sido “produzida” com o fim de ser comercializada, ou se um trabalhador é de fato gerado para acelerar um mercado, se sua vida deve

---

<sup>83</sup> POLANYI, Karl. **A Grande Transformação: as origens da nossa época**. Segunda edição. Rio de Janeiro, Elsevier, 2000, p. 93

<sup>84</sup> De acordo com Polanyi, esse conceito não tem relação com o valor de mercadorias fetichistas de Marx.

<sup>85</sup> Ibid., loc. cit.

ser naturalmente organizada por leis de oferta e demanda, para que ele seja trocado como mercadoria, com valor definido e tempo de uso estipulado.

Trabalho é apenas um outro nome para atividade humana que acompanha a própria vida que, por sua vez, não é produzida para venda mas por razões inteiramente diversas, e esta atividade não pode ser destacada do resto da vida, não pode ser armazenada ou mobilizada. Terra é apenas outro nome para a natureza, que não é produzida pelo homem. Finalmente, o dinheiro é apenas um símbolo do poder de compra e, como regra, ele não é produzido, mas adquire vida através do mecanismo dos bancos e das finanças estatais. Nenhum deles é produzido para a venda. A descrição do trabalho, da terra e do dinheiro como mercadorias é inteiramente fictícia. Não obstante, é com a ajuda dessa ficção que são organizados os mercados reais de trabalho, da terra e do dinheiro.<sup>86</sup>

Se não é possível afirmar categoricamente que essas ficções fazem parte cotidianamente dos noticiários da imprensa responsáveis pela cobertura econômica de energia e, mais especificamente, do etanol, é bem provável, no entanto, que “assombrem” com sua presença o conteúdo dos textos que, curiosamente, se auto-intitulam compromissados não com a ficção, mas com o real, os acontecimentos e a verdade. Assim, é possível se aproximar da compreensão das teorias pós-modernas, que entendem os meios de comunicação de massa como um simulacro da realidade<sup>87</sup>, que seria mais interessante e agradável.

Com a primeira ferramenta de análise apresentada, esse “fantasma” não pode ser identificado nos jornais, já que somente atestam-se áreas potencias para a sua presença. Sobre esses “fantasmas”, define-se possível tratamento ficcional de componentes como trabalho e terra, “que nada mais são do que os próprios seres humanos nos quais consistem as sociedades, e o ambiente natural no qual elas existem”. Por sua vez, o tratamento ficcional significa tratá-los como mercadorias. “Inseri-los no mecanismo de mercado significa subordinar a substância da própria sociedade às leis do mercado”. E como é com a ajuda dessa ficção “que são organizados os mercados reais de trabalho, da terra e do dinheiro” é bem provável que esses fantasmas existam nos jornais, operando a favor da eficácia e funcionalidade do sistema onde estão inseridos.

Notícia, acima de tudo, é informação e informação é tudo aquilo que desejamos saber para ter condições de fazer uma avaliação mais objetiva da realidade. A notícia, entretanto, é um relato, uma maneira particular de descrição de um fato ou de uma realidade. O texto informativo traduz uma realidade fragmentada. Oferece, portanto, a informação parcial, tanto no sentido de transcrever parte do fenômeno

<sup>86</sup> Ibid., p. 94.

<sup>87</sup> PAIVA, Raquel. *Espírito Comum: Comunidade, Mídia e Globalismo*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003, p. 24.

social, como ainda por impor uma visão pessoal do narrador ou redator da notícia, dentro das óbvias restrições e imposições do veículo.<sup>88</sup>

Como identificar a visão do meio de comunicação sobre esses temas? A sociedade que aparece nos jornais é a fictícia, subordinada ao mercado, ou formada por homens, mulheres e natureza? Nesse sentido, algumas matérias publicadas no período foram selecionadas para compor o suporte da análise quantitativa. No capítulo da análise de casos especiais será feita a investigação sobre as escolhas do jornalista sobre o tratamento do texto, a visão pessoal e a linha editorial adotada pelo veículo possível de ser percebida na matéria.

Pelo fato de buscar-se através das reportagens as motivações para as escolhas do profissional e do conjunto de profissionais envolvidos na produção da matéria, seria tentador apelar para o uso da metodologia das pesquisa de opinião. Esse caminho poderia permitir saber com maior certeza, talvez, a linha editorial, os valores e interesses de jornalistas e dos diretores da empresa jornalística. No entanto, observa-se o jornal não apenas como texto que se inscreve sobre um suporte que poderia ser outro qualquer, assim como quem descreve um perfume fora de sua embalagem. Optou-se pelo caminho proposto pela análise do discurso, combinada com a análise de conteúdo. Aquela vê o jornal como um dispositivo.

Os dispositivos e as instituições têm uma relativa autonomia entre si (um lugar institucional pode ser o mesmo com dispositivos diferentes, e um dispositivo pode funcionar em diferentes lugares). Entretanto, o dispositivo e o lugar são indissociáveis do sentido no qual só se atualizam um pelo outro.<sup>89</sup>

Assim, a tentativa é de saber até que ponto uma indústria, que também faz uso de mercadorias fictícias, como terras, trabalho e dinheiro, consegue, por si só, captar e transmitir a realidade de seus objetos de trabalho cotidiano ao invés da sua ficção. Até que ponto os mitos da imparcialidade e da objetividade jornalística não são apenas construções também ficcionais para permitir o avanço de mercados.

Notícia que não é espetáculo não merece ser publicada e não vende jornal, como nos advertiam os velhos secretários de redação. Por isso, nossa insistência em que, além da informação, há o atrativo da embalagem para torná-la um produto à venda, a exemplo do que ocorre com a comercialização de um sabão em pó, um sabonete, um refrigerante. A informação apenas vai se tornar um produto de

<sup>88</sup> LUSTOSA, Elcias. **O texto da Notícia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1996, p.31

<sup>89</sup> MOUILLAUD, et. al. **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2002, 35.

consumo após ser maquiada e devidamente elaborada pelo jornalista a partir de técnicas capazes de torná-la atraente e interessante.<sup>90</sup>

Essas são algumas das questões levadas para a análise dos casos especiais selecionados. A partir deles espera-se apontar os sentidos que a imprensa atribui às matérias, e se tendem para a ficção ou o real. De acordo com a fundamentação teórica utilizada até aqui, o trabalho, por exemplo, é descrito como mercadoria ou como atividade humana? Há no texto a visão de um certo modelo de trabalho, ao qual este deva se adequar? Esse modelo é o mais eficiente e útil às leis e pressões da oferta e da procura? Por outro lado, a visão do trabalho real, não se configura como mercadoria, sujeita a troca. E, assim, a narrativa mais próxima do real seria aquela em que as condições do trabalho fossem apresentadas, as relações descritas e exemplificadas. Ou seja, apenas distinguir o quadro da mercadoria ficcional já seria suficiente.

E outro tipo de mercadoria fictícia deixada de fora até então, é o dinheiro. “Finalmente, o dinheiro é apenas um símbolo do poder de compra e, como regra, ele não é produzido, mas adquire vida através do mecanismo dos bancos e das finanças estatais”<sup>91</sup>. O mesmo método utilizado para dimensionar a visibilidade dada pelos jornais aos temas alimentação, trabalho, meio ambiente e terra, será repetido para o dinheiro. Esse tema será analisado em conjunto com os anteriores, somando-se a tabela.

Assim, é considerado da seguinte forma:

#### E) Dinheiro/Negócios

- 1) Informações e referência à oferta e à demanda
- 2) Informações e referência a investimentos, resultados financeiros balanços, créditos.
- 3) Informações e referência a distribuição do dinheiro pela autoridade central (subsídios, créditos e investimentos governamentais)

Observa-se, porém, que o primeiro subitem, referente aos produtos e serviços, são de fato mercadorias. São feitos para a troca e comercialização. Para as próximas pesquisas recomenda-se separar esses itens em um tema, referente ao mercado. Mas da forma como foram por hora quantificados, a categoria dinheiro/mercadoria, se refere aos negócios propriamente monetários da economia. Pode-se dizer que são informações ou referências do campo dos negócios.

A segunda tabela utilizada na análise quantitativa se refere aos temas da cobertura na época da pesquisa. A idéia é esclarecer sobre quais fatos as narrativas do jornal se construíram no período.

<sup>90</sup> LUSTOSA, op. cit., pp. 34-35.

<sup>91</sup> POLANYI, Karl. **A Grande Transformação: as origens da nossa época**. Segunda edição. Rio de Janeiro, Elsevier, 2000, p. 94.

Pode-se dizer que são os assuntos ou a agenda dos quinze dias de publicação. Com base no lead e nos títulos das matérias, foram criados tipos de assuntos, que resumissem o principal tema abordado na matéria. Posteriormente, todos esses títulos foram analisados em separado e reagrupados em um número menor de categorias. Assim, espera-se oferecer uma tabela com o destaque oferecido para cada assunto.

Por fim, a terceira tabela apresenta as fontes dos jornais. Entende-se como fontes, todo sujeito ou instituição que contribui com informações para o jornal. Não necessariamente foram entrevistadas. Os seus depoimentos podem ter sido obtido através de coletivas de imprensa, pronunciamentos em público, release de assessorias, informações retiradas em sites na internet, resgate de publicações de arquivo ou outros meios de comunicação, principalmente, internacionais. Evidentemente, apenas foram registradas e contabilizadas as fontes explicitamente apresentadas no texto. Algumas delas não são nominais, ou seja, não fazem referência direta a uma pessoa ou instituição. As fontes podem ser coletivas, genéricas, referentes a instituições ou pessoas. Muitas das fontes reais, ou seja, a do dia a dia do jornalista, não foram registradas pela pesquisa, por uma evidente limitação. No Brasil o jornalista não é obrigado a apresentar suas fontes no texto. Nos casos das matérias em off, quando a fonte não deseja ser citada diretamente, por exemplo, as fontes ou não foram quantificadas na pesquisa ou se o foram, na forma genérica, através de termos que fazem referência, por exemplo, à classe social, ocupação ou profissão.

Foram consideradas como fontes, desde o nome de uma pessoa eventualmente citada até o nome de instituições. Também foram consideradas as citações mais genéricas, como classe social ou o cargo do entrevistado, por exemplo: bilionário, empresário, consultor. Outras fontes aparecem na forma coletiva: economistas, autoridades européias. Os jornais e revistas também foram considerados.

Depois de tabuladas e quantificadas as repetições, essas fontes foram reagrupadas em função do cargo social. Isto é, o presidente Lula, por exemplo, foi classificado como autoridade nacional. O mesmo ocorrendo com “ministério de agricultura brasileiro”. No caso de “bilionário” foi classificado como agentes financeiros. As categorias consideradas foram:

A) Autoridades/ Instituições Governamentais

- 1) Nacionais
- 2) Internacionais

B) Agências de Pesquisa / Universidades / Consultorias



- 1) Nacionais
- 2) Internacionais
- 3) Genéricas

C) Instituição do setor financeiro / Investidor

D) Agentes do setor produtivo

- 1) Pequena e média empresa nacional
- 2) Grande empresa nacional
- 3) Multinacional ou empresa estrangeira
- 4) Fontes genéricas

E) Federações, associações e sindicatos

F) Meios de comunicação

- 1) Agências de notícia internacionais
- 2) Publicações internacionais
- 3) Agências nacionais, publicações nacionais

G) Organismos Multilaterais

H) Agências Reguladoras

I) ONG's

Foram incluídos no item A todo ator social responsável pelo exercício em um dos três níveis do poder do estado: judiciário, legislativo ou executivo. Ministérios, comissões parlamentares ou do poder executivo também foram aí incluídas. No âmbito *internacional*, a União Européia e todas as suas instituições de poder foram consideradas como organismos representantes de estado, diferente de organizações multinacionais de aspecto mais global. Agências de fomento ou de pesquisa com forte vínculo aos ministérios e órgãos do poder estatal, como a Empresa de Política Energética, por exemplo, também foram incluídas neste campo. Não foram incluídos, no entanto, atores como Petrobras e o Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES), por se considerar que seja mais adequado observá-los enquanto membros do setor produtivo e financeiro, respectivamente, e não do poder distributivo (Estado). Agências reguladoras, também foram colocadas em separado, pela especificidade de seu papel fiscalizador.

*Agências de pesquisa, universidades, analistas e especialistas* foram divididos conforme a descrição nacional ou internacional. No item C, são consideradas instituições do setor financeiro, bancos em geral, bolsas de valores, analistas vinculados a essas instituições e investidores.

No item D são apresentados os agentes do setor produtivo do etanol. Esses foram separados em função de critérios econômicos e origem nacional. A classificação em *pequena, média e grande empresa* segue os critérios de receita operacional bruta, como é utilizado por instituições de crédito.

<sup>92</sup> Neste trabalho não foi realizado um estudo minucioso do perfil de cada fonte para a classificação. Isso talvez seja mais viável com sistema de informações, em que ocorra o cadastro de fontes para um programa de monitoramento da mídia. No momento, foi usado um critério intuitivo com base nas matérias e, em alguns casos específicos, a consulta aos sites das empresas.

Para a definição *multinacionais* o critério utilizado foi o de empresas cuja sede com maior participação sobre o capital não se localiza no Brasil. O que é diferente da categoria *empresas estrangeiras*, cuja amplitude é geográfica, isto é, são as empresas mencionadas como fontes jornalísticas que pertencem a outro país. Por exemplo, na cobertura internacional, os correspondentes internacionais ou agências de notícias utilizavam depoimentos de empresas situadas nos Estados Unidos, China, Europa, etc.

Foram considerados como *federações, associações e sindicatos* todos os grupos de interesses não só de ordem econômica, como também social e ambiental.

Essa constitui, portanto, a terceira principal ferramenta de análise da pesquisa. E permite responder a questão sobre quem é e quais são as instituições sociais responsáveis por compor o discurso presente na cobertura da imprensa brasileira sobre o etanol. Além dessas três ferramentas, equivalentes a três tabelas com a apresentação dos dados, também foram produzidas outras tabelas de auxílio. Nelas estão categorias menos complexas, como números de matérias nos jornais, tipos de matérias, tipo de cobertura econômica, se macroeconômica ou microeconômica<sup>93</sup> e número de citações de fontes.

Em resumo, nas três principais ferramentas da análise de conteúdo são feitas três perguntas diante da cobertura de imprensa brasileira sobre o etanol: 1) Qual é a incidência de informações ou referências aos componentes dessa indústria, sendo eles o do trabalho, meio ambiente, terra, alimentos e dinheiro/mercado? 2) Quais são os assuntos narrados no período? 3) Quais são as

---

<sup>92</sup> PEREIRA, José Eduardo de C. Carta-Circular nº 64/2002. Porte das empresas. BNDES. Rio de Janeiro, 14 out, 2002. Disponível em < <http://www.bndes.gov.br/produtos/download/02cc64.pdf> > Acesso em 5 março, 2008, 20h.

<sup>93</sup> BASILE, Sidney. Elementos do jornalismo Econômico. São Paulo. Negócio. 2002, passim.

instituições sociais responsáveis pelo discurso presente nos jornais? Com a análise qualitativa dos textos, também se procura construir critérios para se avaliar a visão dos jornais, se tendem à ficção e a realidade “natural” dos objetos de suas narrativas, como foram descritas por Polanyi. E se trazem boas ou más notícias para o desenvolvimento do produto.

### 3.4 Resultados

Nos primeiros quinze dias de abril de 2007, foram analisadas 109 matérias. Sendo que 52 de jornais gerais e 57 de jornais econômicos. No primeiro grupo, destacaram-se os jornais de São Paulo, como o Estado de São Paulo, com 19 matérias sobre o etanol, seguido pela Folha de São Paulo, com 14 matérias. Entre os jornais cariocas destaca-se o Globo com 12 matérias, seguido pelo Jornal do Brasil com 7 matérias.

**Registros por Jornais**

<b>1</b>	<b>Gerais</b>	<b>Quantidade</b>	<b>%</b>
<b>A</b>	<b>O Estado de São Paulo</b>	<b>19</b>	<b>17%</b>
<b>B</b>	Folha de São Paulo	14	13%
<b>C</b>	O Globo	12	11%
<b>D</b>	Jornal do Brasil	7	6%
	<b>Sub-total</b>	<b>52</b>	<b>48%</b>
	<b>Econômicos</b>	<b>Quantidade</b>	<b>%</b>
<b>E</b>	<b>Valor Econômico</b>	<b>29</b>	<b>27%</b>
<b>F</b>	Jornal do Comércio	13	12%
<b>G</b>	Gazeta Mercantil	15	14%
	<b>Sub-total</b>	<b>57</b>	<b>52%</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>

Quadro 2

Entre os jornais econômicos, o Valor Econômico apresentou 29 títulos. Esse foi o número mais expressivo de matérias registrado, representando mais do que a soma dos outros dois jornais especializados, Gazeta Mercantil e Jornal do Comércio, que tiveram, respectivamente, 15 e 13 matérias sobre etanol no período. O veículo mais próximo do Valor Econômico em termos de cobertura do etanol no período foi o Estado de São Paulo, que possui tradição na cobertura do setor de energia. Essa diferença no número de matérias entre jornais do Rio e São Paulo pode ser explicada pelo fato da maioria dos empreendimentos de etanol do país se localizarem neste último estado.

**Tipo de texto**

<b>2</b>	<b>Tipo de texto</b>	<b>Quantidade</b>	<b>%</b>
A	Reportagem	74	68%
B	Nota	21	19%
C	Artigo	11	10%
D	Editorial	1	1%
E	Entrevista	1	1%
F	Não classificados	1	1%
	<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>

Quadro 3

Em relação ao tipo de texto, 74 dos títulos tabulados foram classificados como reportagem, o que representa 68% sobre o total de 109 títulos. As notas aparecem em seguida, com 21 títulos ou 19% sobre o total. O período compreendeu 11 artigos, um editorial e uma entrevista. É possível dizer, assim, que o tema etanol teve um considerável espaço no período.

**Tipo de cobertura**

<b>3</b>	<b>Tipo de cobertura</b>	<b>Quantidade</b>	<b>%</b>
A	Macroeconômica	60	55%
B	Microeconômica	49	45%
	<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>100%</b>

Quadro 4

A cobertura macroeconômica prevaleceu em 55% dos títulos tabulados, tendo uma diferença de dez por cento em relação à cobertura microeconômica, que ficou com 45%. O primeiro tipo de cobertura registrou 60 títulos e o segundo 49 títulos.

**Presença de informações ou referência a temas**

<b>4</b>	<b>Presença de informações ou referência aos temas</b>	<b>Quantidade</b>		<b>% sobre 109</b>	
		<b>Presente</b>	<b>Ausente</b>	<b>Presente</b>	<b>Ausente</b>
A	Dinheiro/Mercado	92	17	84%	16%
B	Alimentos	52	57	48%	52%
C	Meio Ambiente	40	69	37%	63%
D	Trabalho	11	94	10%	86%
E	Terra	8	101	7%	93%

Quadro 4

Na tabela que serve como primeira ferramenta de análise da pesquisa, o tema Dinheiro/Mercado estava presente na maioria das matérias na forma de referência ou informação. Das 109 matérias, 92 tratavam dessa categoria, o que representa 84% sobre o total. As referências eram feitas sobre o desenvolvimento de novos mercados. A maioria eram informações sobre oferta e demanda de produtos e serviços, investimentos, níveis de consumo, concorrência, e subsídios.

O tema alimento esteve presente em 52 matérias, o que representa 48% das matérias. As referências foram feitas a “expansão do etanol sobre a produção de alimentos”, “fome mundial”, “inflação dos alimentos”, “segurança alimentar” entre outras. Esses dados quantitativos refletem o fato do debate global estar voltado para a questão dos alimentos no período, em função das crises sociais iniciadas em vários países pobres em função do aumento nos preços desses produtos. A expansão do etanol sobre a produção de alimentos foi geralmente descartada como parte da realidade brasileira.

Em seguida, o tema Meio Ambiente obteve presença em 40 matérias ou 37% do total. Foram consideradas referências como “emissões de CO<sup>2</sup>”, “crédito de carbono”, “desmatamento” entre outros. Esta foi, também, a única categoria a apresentar reportagens dedicadas exclusivamente a trazer informações novas sobre a produção, e não ao debate do etanol. “O álcool polui tanto quanto a gasolina” será analisada no próximo capítulo sobre os casos especiais.

O tema trabalho esteve em dez por centos das matérias, com referências como “trabalho escravo” e informações sobre geração de emprego e renda. Grande parte dessas menções ao trabalho foi realizada quando a matéria se relacionava ao discurso de autoridades, dentro do recorte/assunto “Lula e os Biocombustíveis”, por exemplo.

O tema terra esteve presente em 7% das matérias. Está também mais presente nas categorias de debate e nos discursos do presidente Lula durante sua viagem à Europa em defesa dos biocombustível. Poucas matérias abordaram o tema trazendo novidades sobre as atividades produtivas em andamento nesses dias. E é quase nula a menção de questões críticas como “distribuição” fundiária.

Com o cruzamento da tabela Tipo de Cobertura com as informações da tabela Presença de informações ou referência aos temas percebe-se que apenas seis matérias trazem uma abordagem microeconômica dos temas que não são relativos ao dinheiro/mercado propriamente. Disso, talvez seja possível dizer que as questões contidas nos temas Meio ambiente, Alimentos, Terra e Trabalho não são abordados de forma específica, mas, sim, ampla, pois estão presentes na maioria das reportagens macroeconômicas. Ou são temas de análises ampliadas ou são referenciadas nos discursos de políticos e analistas, sendo pouco presentes nas reportagens que tratam especificamente dos empreendimentos.

Deve-se considerar, contudo, que no período o debate ganhou mais destaque do que as práticas em função da viagem do presidente e dos fóruns de discussões realizados no período pela FAO.

## Assuntos no período

5	Assuntos	Quantidade	%
A	Debate sobre Biocombustíveis	25	23%
B	Lula e biocombustíveis	14	13%
C	Comércio Interno	13	12%
D	Regulamentação	9	8%
E	Comércio internacional	7	6%
F	Produção Mundial	7	6%
G	Cooperação com Etanol	6	6%
H	Expansão, Aquisições e Mercado de ações	5	5%
I	Infra-estrutura	5	5%
J	Crise Mundial	4	4%
L	Produção	4	4%
M	Tecnologia	3	3%
N	Incentivos e Investimentos	2	2%
O	Balanço Econômico	1	1%
P	Caso de sucesso	1	1%
Q	Meio Ambiente	1	1%
R	Preços dos alimentos	1	1%

Quadro 6

Com a segunda ferramenta da análise, mais geral e superficial, investigaram-se os assuntos que tinham espaço no jornal. Durante a análise foram identificados os seguintes: Debate sobre Biocombustíveis (25), Lula e biocombustíveis (14), Comércio Interno (13), Regulamentação (9), Comércio internacional (7), Produção Mundial (7), Cooperação política e econômica (6), Expansão, Aquisições e Mercado de ações (5), Infraestrutura (5), Crise Econômica Mundial (4), Produção Nacional (4), Tecnologia (3), Incentivos e Investimentos (2), Balanço Econômico (1), Caso de sucesso (1), Meio Ambiente (1), Preços dos alimentos (1).

## Fontes mencionadas

Fontes	Subdivisões	Quantidade	% interna	% total (209)
Autoridades Governamentais	Nacionais	44	60%	21%
	Internacionais	29	40%	14%
	<b>Sub-total</b>	<b>73</b>	-	<b>35%</b>
Produtores	Pequena e médio produtor	0	0%	0%
	Grande empresa nacional	14	52%	7%
	Multinacional ou emp. estrangeira	9	33%	4%
	Fontes genéricas	4	15%	2%
	<b>Sub-total</b>	<b>27</b>	-	<b>13%</b>
Agências de pesquisa	Nacionais	14	56%	7%
	Internacionais	6	24%	3%
	Genéricos	5	20%	2%
	<b>Sub-total</b>	<b>25</b>	-	<b>12%</b>
Federações, associações e sindicatos		20	-	10%
Meios de Comunicação	Agências de Notícias internacionais	4	33%	2%
	Publicações internacionais	8	67%	4%
	<b>Sub-total</b>	<b>12</b>	-	<b>6%</b>
Organismos Multilaterais		33	-	16%
Agência Reguladora		9	-	4%
Agentes financeiros		5	-	2%
ONG		3	-	1%
Outros		2	-	1%

Quadro 7

Autoridades governamentais foram as principais fontes no período, equivalendo a 35% de todas as fontes mencionadas. Desse total 60% eram nacionais e 40% internacionais. Em seguida, com 16% sobre o total das fontes, estão as agências multilaterais e seus porta-vozes. Em terceiro lugar estão os informantes do setor produtivo, com 13%. Destaca-se que neste grupo, nenhuma fonte foi categorizada como pequeno e médio produtor. Logo abaixo e com uma diferença de um por cento estão as agências de pesquisa. ONGs apareceram com 3 citações, o que representa um por cento do total.

### 3.5 Análise de casos especiais

Em um trabalho qualitativo das matérias, que se pretende realizar aqui apenas no nível de um breve exercício, é interessante destacar para cada recorte de referência as “boas notícias” e “más notícias”. Quais são as boas e más notícias no campo do trabalho, dos alimentos e da terra, por exemplo? Em um sistema de monitoramento da cobertura de certas indústrias, como a área energética, talvez seja possível criar um sistema de alerta, que denuncie a ausência ou presença de cada uma delas. Com isso será possível testar hipóteses do tipo: boas notícias tendem a aumentar o

ritmo de implantação de certas indústrias; enquanto, o contrário, torna essa implementação mais lenta e criteriosa.

Um sistema de alerta integrado ao monitoramento da imprensa não é uma novidade. Karl W. Deutsch propôs “um sistema de alarme prévio”<sup>94</sup> para resolução de conflitos. A sua idéia era quantificar a atenção dada pela mídia a determinadas questões e conflitos entre estados. Como muitos conflitos se dão hoje no campo econômico, utilizando como estratégia a comunicação para legitimar interesses, resgatar os estudos de Deutsch seria um primeiro passo. Mas por hora, realiza-se apenas um exercício de análise, buscando identificar quais foram as boas e más notícias do período analisado da cobertura do etanol.

A reportagem realizada pelo O Globo, no dia 06/04, especificamente sobre a cidade de “Saltinho, um mercado de trabalho dividido”<sup>95</sup> revela um caso de sucesso do agronegócio. Nela, a indústria do campo é “elogiada” por oferecer um mercado formal de trabalho, sendo a maior parte dele em relação à plantação de cana. “Na bucólica fotografia do município, um mercado de trabalho com números desprezíveis de desemprego. Uma equação que só fecha em zero devido aos empregos gerados pela indústria sucroalcooleira e por confecções locais”<sup>96</sup>. A reportagem, que aborda o tema específico do trabalho, pode servir como exemplo de uma “boa notícia” do setor. Ela serve como um argumento para o discurso do desenvolvimento econômico, pois mostra o lado bom das questões trabalhista, sem ser crítico com a produção de etanol.

Outra característica é sobre a variedade de fontes dessa matéria. É possível arriscar, que a repórter viajou para o local da reportagem. Ela entrevistou diversos atores e não apenas os porta-vozes de instituições privadas ou governamentais, deu voz também a trabalhadores e outros agentes da base dos empreendimentos. Assim, o texto ganha maior legitimidade.

Mas, por outro lado, no sentido de más notícias, nenhuma matéria teve o mesmo tratamento. As críticas ou referências ao trabalho apareciam apenas nos discursos de porta-vozes. Não é possível destacar do lado negativo uma matéria dedicada a legitimar o discurso da crise, no aspecto trabalho. No gráfico abaixo aparecem todos os títulos de matérias nas quais foi possível encontrar, em seu interior, menção ao tema trabalho:

<sup>94</sup> NORDENSTRENG, Kaarle. Something to Be Done: Transnacional Media Monitoring. Disponível em: < <http://www.tbsjournal.com/Archives/Spring01/nordenstreng.html> > Acesso em : 20 de Novembro de 2008.

<sup>95</sup> RIBEIRO, Fabiana. Saltinho, um mercado de trabalho dividido. **O Globo**. Rio de Janeiro: 6 de abril, 2008, p. 34.

<sup>96</sup> Ibid., loc.cit.



**Matérias que mencionam tema trabalho**

O Globo	Matéria	A política da energia
Valor Econômico	Artigo	Geopolítica e sociedade no caminho do etanol brasileiro
O Globo	Matéria	Saltinho, um mercado de trabalho dividido
Jornal do Commercio	Matéria	São Martinho terá incentivo fiscal de R\$ 681 milhões
O Estado de SP	Matéria	<b>Lula vai reagir às críticas ao etanol</b>
Valor Econômico	Matéria	<b>Lula pede criação de força-tarefa para reagir a ataque europeu contra etanol</b>
Folha de S. Paulo	Matéria	<b>Lula ordena estratégia permanente pró-álcool</b>
Jornal do Commercio	Matéria	<b>Tropa de choque defenderá etanol</b>
O Globo	Matéria	Consumo de álcool no país supera o de gasolina, o que não ocorria desde 1995
O Estado de SP	Matéria	<b>Lula diz a empresários da Holanda que não faltará energia no Brasil</b>
Folha de S. Paulo	Matéria	<b>É "mentira deslavada" que produção de álcool cause inflação, afirma Lula</b>
Jornal do Brasil	Matéria	<b>Lula inflama discussão sobre etanol</b>
O Estado de SP	Entrevista	<b>"É cedo para culpar o etanol pela inflação"</b>
Valor Econômico	Artigo	Custos agrícolas devem manter alta a inflação dos alimentos
O Estado de SP	Matéria	Terra atingida por Chernobyl vai produzir etanol para a UE

Quadro 8

Como é possível perceber nos títulos destacados, estiveram em evidência no período os discursos governamentais e de “reação a ataque europeu”. No interior desses textos o elemento trabalho era apenas mencionado, mas sem profundidade de informações. Geralmente, na descrição do discurso europeu de ataque, ou na defesa do governo brasileiro. Mas com poucos dados estatísticos como na matéria de Saltinho. Nos próximos estudos, recomenda-se uma tabela que verifique a presença e ausência de dados estatísticos nas matérias, para medir o grau de elaboração das fontes e dos jornalistas.

Assim, apesar de o tema trabalho ser alvo de fortes críticas à produção do etanol, neste período não foram observadas “notícias ruins”. No caso do jornal o Globo, é possível dizer que, de certa forma, a notícia sobre o desemprego zero em uma cidade cuja principal atividade produtiva é a cana, serve como legitimidade ao discurso do presidente em defesa do etanol na viagem à Europa.

Em um outro contexto semelhante, mas em 2007, também de viagem do presidente Lula na defesa do etanol, por conta da Conferência Internacional de Biocombustíveis, os jornais brasileiros contradisseram o discurso governamental com a notícia da descoberta de trabalhadores em condições degradantes por um grupamento do Ministério do Trabalho. Ou seja, na época, os discursos do presidente também chamavam a atenção para o discurso do desenvolvimento, mas não de maneira a menosprezar ou tirar a visibilidade dos leitores o discurso da crise social, pelo viés trabalhista.

No campo ambiental, a cobertura esteve mais equilibrada por conta de alguns jornais. Neste aspecto o etanol é uma boa notícia, principalmente, nas que mostram os benefícios do álcool em relação aos combustíveis não renováveis. Mas esses benefícios são em função das emissões totais de extração do energético. As diferenças não são nas emissões finais, isto é, nos carros, por exemplo. Essa “má notícia” apareceu no período analisado, através da matéria “O álcool polui tanto quanto a gasolina” do *Jornal do Brasil*. “Engana-se porém quem acredita que esta guinada [o fato do álcool já ser mais vendido em São Paulo do que a gasolina] contribuirá para a diminuição da emissão de gases poluentes nas grandes cidades brasileiras.”<sup>97</sup> Ela informa que o limite estabelecido para a emissão de poluentes por veículos é o mesmo, independente do combustível. A notícia não é de todo “má”, pois não contraria o fato do etanol ser um energético renovável e também reitera que “a extração de petróleo retira CO<sup>2</sup> confinado no subsolo e o joga na atmosfera”<sup>98</sup>, enquanto o cultivo da cana “utiliza o ciclo natural do carbono”<sup>99</sup>. Mas, de certa maneira, serve como subsídio para o discurso da crise ambiental, pois relativiza a narrativa de defesa do produto.

Outro exemplo de posicionamento distinto entre o discurso do desenvolvimento e o da crise no tema ambiental é o fato do primeiro colocar em evidência a defesa da Amazônia, enquanto o segundo destaca a biodiversidade. Na matéria da *Folha de São Paulo*, o título já sintetiza o posicionamento: “Cana invade zona biodiversa do cerrado”<sup>100</sup>. A fonte utilizada pelo veículo teve, nesta matéria, a sua única aparição para o período em observação. Não são discursos. Há informações estatísticas. Segundo a reportagem os canaviais avançaram sobre áreas do cerrado nos estados que são os maiores produtores. “A lista é liderada por São Paulo (86 mil hectares desmatados), seguido por Minas Gerais (25 mil), Goiás (13 mil), Mato Grosso (12 mil) e Mato Grosso do Sul (6.000)”<sup>101</sup>.

Essas são só alguns dos destaques de boas e más notícias, no sentido de favoráveis e desfavoráveis para um desenvolvimento acelerado do etanol. Seria possível extrair uma série de outros exemplos. Mas com esses já é possível perceber que a parcialidade tende a ser maior em alguns campos do que em outros. No caso acima, os jornais foram mais tendenciosos em relação ao mercado de trabalho, dando pouca visibilidade para referências ou informações que pudessem abastecer o discurso da crise social. Pelo contrário, abasteceram e legitimaram o discurso do desenvolvimento. O mesmo, no entanto, não ocorreu no sentido ambientalista na mesma proporção.

<sup>97</sup> BOTELHO, Guilherme. O álcool polui tanto quanto a gasolina. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro. 4 abril, 1992, p. 4.

<sup>98</sup> Ibid., loc. cit.

<sup>99</sup> Ibid., loc. cit.

<sup>100</sup> SOLANO, Pablo. Cana invade Zona Biodiversa do cerrado. *Folha de São Paulo*. São Paulo. 12 abril, 2008, p. 19.

<sup>101</sup> Ibid. loc. cit.

Houve a preocupação de concertar o desequilíbrio provocado pelo discurso pró-etanol do presidente Lula na defesa do mercado global dessa indústria.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tensão entre crise e desenvolvimento proposta neste trabalho não dá conta de tudo o que é possível dizer sobre o etanol no jornalismo impresso brasileiro. Mas ajuda a refletir, através do contraste de idéias, sobre o papel da mídia, seus limites e responsabilidades em uma área decisiva. Ao redor do etanol estão em jogo interesses políticos, econômicos, sociais e ambientais. O sucesso ou o fracasso dos participantes passa, necessariamente, pela arena da informação. O jornal é meio estratégico de influência e legitimidade.

Assim, nesse cenário de competição global por visibilidade, o maior desafio das instituições encarregadas de apontar o dedo sobre a realidade, talvez seja o de assegurar sua credibilidade. Para que essa não seja construída apenas com base no vago conceito de imparcialidade é preciso uma crítica consistente da mídia, capaz de dialogar e surtir efeitos na cobertura. Esse não é um trabalho fácil e nem pode ser a aspiração de um simples trabalho de final de curso. É legítimo, sim, arriscar alguns passos no sentido de construir uma mídia que além de apontar o dedo para a realidade seja exemplo concreto, dando provas da democracia da qual pretende ser a guardiã.

Para um monitoramento da imprensa brasileira, com o foco no etanol, ainda há muito a ser feito. No presente trabalho, limita-se a um período bastante restrito. O alcance é contido pela necessidade de se desagregar ainda mais os dados, em um trabalho de encadeamento de categorias conceituais e citações dos jornais. Além disso, limitou-se à análise dos dados primários, sem cruzamento entre eles, para desdobrar novas visões. Alguns dos cruzamentos relevantes, por exemplo, são entre os jornais e os campos críticos. Com isso seria possível uma análise por jornal e não da totalidade dos jornais. E uma análise do conteúdo ao longo do tempo, fazendo cruzamentos entre as tabelas de temas e assuntos, com as datas das notícias. Mesmo assim, com base em uma visão geral, é possível fazer algumas considerações finais:

1) Em relação ao território onde estão sediados, os jornais paulistas se destacam na cobertura do etanol pelo número de notícias e espaço dedicado ao setor. 2) Todos os campos da referência crítica – alimentos, ambiente, trabalho e terra – foram preenchidos com informações e referências no período. 3) Há diferenças, contudo, em relação à quantidade e à qualidade. 4) No primeiro caso, se destacaram os campos em que as reivindicações eram mais globais: alimentos e ambiente. 5) As críticas restritas às vozes locais – trabalho e distribuição da terra – obtiveram menor expressão. 6) Em relação à qualidade das notícias, se positivas ou negativas ao etanol, há diferenças entre os campos, repetindo a tendência de favorecer vozes globais em oposição às vozes locais. Na questão trabalho, houve uma ocorrência favorável ao discurso do desenvolvimento econômico, sem

correspondente para o discurso da crise. Já com relação ao tema ambiente, ambos os lados tiveram notícias que serviam tanto à crise, como para o desenvolvimento.

Neste trabalho, sobre este enfoque e período analisado, foi possível confirmar a hipótese da tendência à parcialidade da mídia, com base na análise de conteúdo. O desequilíbrio de informação e referências ocorre de forma a não deixar invisíveis os campos onde ocorre a crítica. Alimento, trabalho, meio ambiente e terra aparecem na cobertura do etanol. Mas são tratados de formas diferentes. As fontes, na maioria, são porta-vozes autorizados, principalmente governamentais e do setor privado. Porta-vozes de organizações da sociedade civil possuem expressão muito reduzida.

Para trabalhos futuros fica a proposta de testar novas hipóteses. Entre elas, a tendência da cobertura do etanol favorecer, no longo prazo, visibilidade para as críticas de atores globais, em detrimento dos atores sociais pouco competitivos na arena global. Portanto, fica a questão: Os grupos sociais com pouco acesso aos benefícios da globalização também são excluídos da produção de narrativas nos jornais? Em quais condições?

Por fim, é visível que o projeto do Brasil como celeiro do mundo não perdeu o vigor. Em que medida os benefícios desse sonho histórico se distribuem de forma equilibrada é uma questão cuja resposta não deve ser buscada apenas em estudos de mídia. É certo, contudo, que o tema da energia continuará a fazer dela o cenário para novas tensões.

## 5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARISTÓTELES. **Ética a Nicômaco**. São Paulo: Martin Claret. 2002.
- BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- CASTEL, Robert. **As metamorfoses da questão social. Uma Crônica do salário**. Sexta edição. Petrópolis, RJ, Vozes, 1998, passim.
- DORNELLES, Beatriz e BIZ, Osvaldo. **Jornalismo Solidário**. Porto Alegre: Editora GCI, 2006.
- ECO, Umberto. **Como se faz uma Tese**. São Paulo: Perspectiva, 10ª ed, coleção, 2006
- FRIEDEN, Jeffrey A. & ROGOWSKI, Ronald, The Impact of International Economy on National Policies, In: KEOHANE, R. & MILNER, H. (org.), Internationalization and Domestic Politics, New York: Cambridge University, pp. 25-47, 1996
- FUSER, Igor. O etanol e o verde enganador. **Le Monde Diplomatique**. Rio de Janeiro. Dezembro, 2007, p. 14.
- GOVERNO FEDERAL. **Diretrizes de Política de Agroenergia 2006-2011**
- GRZYBOWSKI, Cândido. **Contradições e limites dos agrocombustíveis no Brasil**. nº36, Democracia Viva (Revista de Sociologia e Economia), Rio de Janeiro, 2007
- IBASE. **Pronaf e sua evolução como política pública no Paraná**. In: **Relatório PRONAF: Resultados da Etapa Paraná**. Rio de Janeiro: IBASE, p. 7-17, 2006.
- LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 6ª ed, 2006.
- LUSTOSA, Elcias. **O texto da Notícia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1996.
- MELO, José Marques de, GOBBI, Maria Cristina & SATHLER, Luciano (org.). **Mídia Cidadã: utopia brasileira**. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006
- MORAES, Dênis de. (org.). **Por uma outra Comunicação: Mídia, mundialização cultural e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- MOUILLAUD, Maurice & PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília, Editora Universidade de Brasília, 2002.
- OS TEMERÁRIOS. Revista Brasil Energia. Editorial. Rio de Janeiro: Editora Brasil Energia, Edição nº 327, Fevereiro, 2008
- PAIVA, Raquel. **Espírito Comum: Comunidade, Mídia e Globalismo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- POLANYI, Karl. **A Grande Transformação: as origens da nossa época**. Segunda edição. Rio de Janeiro, Elsevier, 2000
- PRIORE, Mary Del & VENANCIO, Renato. **Uma História da Vida Rural no Brasil**, Rio de Janeiro, Editora Ediouro, 2006
- Rosenberg, Justin. **Globalization Theory: A Post-Mortem**. In: International Politics N°42, 2005.
- SENE, Eustáquio de & MOREIRA, João Carlos. **Geografia geral e do Brasil: espaço geográfico e globalização**. São Paulo: Scipione, 1998.
- SCARLATO, Francisco C. & PONTIN, Joel A. Energia para o século XXI. São Paulo: Ática, 2001
- SCHOLTE, Jan Aart. **Globalization. A Critical Introduction**. Segunda edição, Cap. 1 “Globalization Debates” e Cap.2 “Defining globalization“. Palgrave-MacMillan Press, 2005.
- SIMMS, Andrew. **O Planeta é o preço de uma vida melhor?** nº36, Democracia Viva (Revista de Sociologia e Economia), Rio de Janeiro, 2007
- SINGER, Paul. **O que é Economia**. São Paulo: Contexto, 24ª ed, 2006.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: Uma Teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 3ª ed., p. 9-87, 2002.

THOMPSON, John B. **A mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

UN-HABITAT. **State of the World's Cities 2008/2009 Harmonious Cities**. UK and USA: Earthscan, 2008

Jornais:

Estado de São Paulo

São Paulo, terça-feira, 01 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.805  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 02 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.806  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 03 de abril de 2008 Ano 129, Nº 41.807  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 04 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.808  
 \_\_\_\_\_, sábado, 05 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.809  
 \_\_\_\_\_, domingo, 06 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.810  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 07 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.811  
 \_\_\_\_\_, terça-feira, 08 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.812  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 09 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.813  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 10 de abril de 2008 Ano 129, Nº 41.814  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 11 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.815  
 \_\_\_\_\_, sábado, 12 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.816  
 \_\_\_\_\_, domingo, 13 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.817  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 14 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.818  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 15 de abril de 2008. Ano 129, Nº 41.819

Jornal do Brasil

Rio de Janeiro, terça-feira, 01 de abril de 2008. Ano 117. Nº359  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 02 de abril de 2008. Ano 117. Nº360  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 03 de abril de 2008 Ano 117. Nº361  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 04 de abril de 2008. Ano 117. Nº362  
 \_\_\_\_\_, sábado, 05 de abril de 2008. Ano 117. Nº363  
 \_\_\_\_\_, domingo, 06 de abril de 2008. Ano 117. Nº364  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 07 de abril de 2008. Ano 117. Nº365  
 \_\_\_\_\_, terça-feira, 08 de abril de 2008. Ano 117. Nº366  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 09 de abril de 2008. Ano 117. Nº367  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 10 de abril de 2008 Ano 117. Nº368  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 11 de abril de 2008. Ano 117. Nº369  
 \_\_\_\_\_, sábado, 12 de abril de 2008. Ano 117. Nº370  
 \_\_\_\_\_, domingo, 13 de abril de 2008. Ano 117. Nº371  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 14 de abril de 2008. Ano 117. Nº372  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 15 de abril de 2008. Ano 117. Nº373

Jornal do Comércio

São Paulo, terça-feira, 01 de abril de 2008. Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 02 de abril de 2008. Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 03 de abril de 2008 Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 04 de abril de 2008. Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, sábado, 05 de abril de 2008. Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, domingo, 06 de abril de 2008. Ano CLXXXII

\_\_\_\_\_, segunda-feira, 07 de abril de 2008. Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, terça-feira, 08 de abril de 2008. Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 09 de abril de 2008. Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 10 de abril de 2008 Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 11 de abril de 2008. Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, sábado, 12 de abril de 2008. Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, domingo, 13 de abril de 2008. Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 14 de abril de 2008. Ano CLXXXII  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 15 de abril de 2008. Ano CLXXXII

#### Gazeta Mercantil

Rio de Janeiro, terça-feira, 01 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.792  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 02 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.793  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 03 de abril de 2008 Ano 87, Nº 23.794  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 04 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.795  
 \_\_\_\_\_, sábado, 05 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.796  
 \_\_\_\_\_, domingo, 06 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.797  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 07 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.798  
 \_\_\_\_\_, terça-feira, 08 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.799  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 09 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.800  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 10 de abril de 2008 Ano 87, Nº 23.801  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 11 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.802  
 \_\_\_\_\_, sábado, 12 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.803  
 \_\_\_\_\_, domingo, 13 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.804  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 14 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.805  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 15 de abril de 2008. Ano 87, Nº 23.806

#### Folha de São Paulo

São Paulo, terça-feira, 01 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.853  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 02 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.854  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 03 de abril de 2008 Ano 88, Nº 28.855  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 04 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.856  
 \_\_\_\_\_, sábado, 05 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.857  
 \_\_\_\_\_, domingo, 06 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.858  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 07 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.859  
 \_\_\_\_\_, terça-feira, 08 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.860  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 09 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.861  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 10 de abril de 2008 Ano 88, Nº 28.862  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 11 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.863  
 \_\_\_\_\_, sábado, 12 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.864  
 \_\_\_\_\_, domingo, 13 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.865  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 14 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.866  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 15 de abril de 2008. Ano 88, Nº 28.867



## O Globo

Rio de Janeiro, terça-feira, 01 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.266  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 02 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.267  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 03 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.268  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 04 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.269  
 \_\_\_\_\_, sábado, 05 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.270  
 \_\_\_\_\_, domingo, 06 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.271  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 07 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.272  
 \_\_\_\_\_, terça-feira, 08 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.273  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 09 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.274  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 10 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.275  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 11 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.276  
 \_\_\_\_\_, sábado, 12 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.277  
 \_\_\_\_\_, domingo, 13 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.278  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 14 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.279  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 15 de abril de 2008. Ano LXXXIII. N°27.280

## Valor Econômico

São Paulo, terça-feira, 01 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.151  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 02 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.152  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 03 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.153  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 04 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.154  
 \_\_\_\_\_, sábado, 05 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.155  
 \_\_\_\_\_, domingo, 06 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.156  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 07 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.157  
 \_\_\_\_\_, terça-feira, 08 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.158  
 \_\_\_\_\_, quarta-feira, 09 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.159  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 10 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.160  
 \_\_\_\_\_, sexta-feira, 11 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.161  
 \_\_\_\_\_, sábado, 12 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.162  
 \_\_\_\_\_, domingo, 13 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.163  
 \_\_\_\_\_, segunda-feira, 14 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.164  
 \_\_\_\_\_, quinta-feira, 15 de abril de 2008. Ano 9, N° 2.165

## Matérias:

ABROMOVAY, Ricardo. Geopolítica e sociedade no caminho do etanol brasileiro. **Valor Econômico**. Rio de Janeiro, 4 Abril, 2008, p. 19

BOTELHO, Guilherme,. O álcool polui tanto quanto a gasolina. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. 4, abril, 1992, p. 4.

DIOUF, Jacques. O momento de agir. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 13 abril, 2008, p. 3.

FAO ataca produção de biocombustíveis. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 15 de abril, 2008, p. 5

É 'MENTIRA deslavada' que produção de álcool cause inflação, afirma Lula. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 12 abril, 2008, p. 3

LULA vai à Holanda em busca de investimentos privados. **Gazeta Mercantil**. São Paulo, 10 abril, 2008, p. 04.

MONTEIRO, Tânia. Lula vai reagir às críticas ao etanol. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 10 Abril, 2008, p. 10

REUTERS & SEVERO, Rivadavia. Biocombustíveis podem ajudar no combate à fome, diz FAO. **Gazeta Mercantil**. Rio de Janeiro, 15 de abril, 2008, p. 4.

RIBEIRO, Fabiana. Saltinho, um mercado de trabalho dividido. **O Globo**. Rio de Janeiro: 6 de abril, 2008, p. 34.

SOLANO, Pablo. Cana invade Zona Biodiversa do cerrado. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 12 abril, 2008, p. 19

TOTINICK, Ludimilla. Lula inflama discussão sobre etanol. **Jornal do Brasil**. Rio de Janeiro. 12 de abril, 2008, p. 17

ULHÔA, Raquel. Brasil prepara defesa ampla do etanol. **Valor Econômico**. São Paulo, 14 abril, 2008, p. 5

VIALLI, Andréa. **‘É cedo para culpar o etanol pela inflação’**. São Paulo, 2008. Entrevista de Roberto Rodrigues ao Estado de São Paulo em 13 de abril de 2008, p. 21

Sites:

GOLDSCHMIDT, Andréa. **Stakeholders – Como interagir com tantos públicos diferentes**. No site < <http://integracao.fgvsp.br/ano6/04/financiadores.htm> > Acesso em: 12 Novembro de 2008

GARCIA, Marco Aurélio (cod.). **Lula Presidente – Programa de governo**. Disponível em: < [http://www.wilsoncenter.org/news/docs/Plano\\_Governo\\_Lula.pdf](http://www.wilsoncenter.org/news/docs/Plano_Governo_Lula.pdf) > Acesso em : 25 de Agosto de 2007, 14h.

GOVERNO FEDERAL. Diretrizes de Política de Agroenergia 2006-2011. Disponível em < [www.mme.gov.br](http://www.mme.gov.br) > Acesso em 16 de Novembro de 2008,

GUIMARÃES, Samuel Pinheiro. **O Mundo Multipolar e a Integração Sul-Americana**. Disponível em < <http://www.cebela.org.br/CBartigosdet.asp?artigo=91> > Acesso em 8 de outubro de 2008.

IBGE - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Segurança Alimentar. 2004. Disponível em < <http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/tabela/protabl.asp?z=pnad&o=8&i=P> > Acesso em 20 de novembro de 2008

INTERNATIONAL Chemical Safety Cards. Disponível em < <http://hazard.com/msds/mf/cards/file/0044.html> > Acesso em 20 de novembro de 2008, 17h e 50min.

MTE. **Fiscalização do Grupo Móvel retira do trabalho degradante mais de 3,8 mil trabalhadores** Disponível em < [http://www.mte.gov.br/sgcnoticia.asp?IdConteudo=4526&PalavraChave=trabalho %20escravo,%20sit](http://www.mte.gov.br/sgcnoticia.asp?IdConteudo=4526&PalavraChave=trabalho%20escravo,%20sit) > Acesso em 18 de Novembro de 2008, 17h e 40 min.

NORDENSTRENG, Kaarle. Something to Be Done: Transnacional Media Monitoring. Disponível em: < <http://www.tbsjournal.com/Archives/Spring01/nordenstreng.html> > Acesso em : 20 de Novembro de 2008.

PEREIRA, José Eduardo de C. Carta-Circular nº 64/2002. Porte das empresas. BNDES. Rio de Janeiro, 14 out, 2002. Disponível em < <http://www.bndes.gov.br/produtos/download/02cc64.pdf> > Acesso em 5 março, 2008, 20h.

PNUD. Relatório de Desenvolvimento Humano 2007/2008. **Combater as alterações climáticas: solidariedade humana num mundo dividido.** Disponível em < <http://www.pnud.org.br/rdh/> > Acesso em 20 de Julho de 2008, 22h.

REBRIP. **Agrocombustíveis e Agricultura Familiar no Brasil: panorama do etanol da cana-de-açúcar e biodiesel da soja, dendê e mamona.** Disponível em [http://www.rebrip.org.br/\\_rebrip/pagina.php?id=1856](http://www.rebrip.org.br/_rebrip/pagina.php?id=1856), acessado em 20 de agosto de 2008, 13h.

TOLMASQUIM, Maurício. A vez do Etanol: projeção da demanda e oferta de etanol 2008/2017. Disponível em < [http://www.epe.gov.br/ApresentacaoEvento/Forms/EPEApresentacaoEvento .aspx](http://www.epe.gov.br/ApresentacaoEvento/Forms/EPEApresentacaoEvento.aspx) > Acesso em 20 de Novembro de 2008, 13h.

TRIPARTITE TASK FORCE: BRAZIL, EUROPEAN UNION & UNITED STATES OF AMERICA. White Paper on Internationally compatible biofuel standards. Disponível em <[http://www.anp.gov.br/doc/biodiesel/White \\_Paper\\_on\\_Internationally-Compatible \\_Biofuels\\_Standards\\_Final.pdf](http://www.anp.gov.br/doc/biodiesel/White_Paper_on_Internationally-Compatible_Biofuels_Standards_Final.pdf) > Acesso em 20 de Novembro de 2008, 14h.

## ANEXOS

## ANEXO 1

Relação das matérias analisadas:

Nº	Dia	Jornal	Tipo	Título
1	1	Valor Econômico	Matéria	Etanol de madeira atrai investimentos
2	1	Gazeta Mercantil	Matéria	Sucroalcooleiras querem substituir o diesel por álcool em suas frotas
3	2	Gazeta Mercantil	Nota	Cooperação em Bioenergia
4	2	Jornal do Commercio	Nota	CPA inaugura terminal de álcool e açúcar
5	2	O Globo	Artigo	Análise difícil
6	3	O Globo	Matéria	A política da energia
7	4	Valor Econômico	Matéria	Família Biagi decide criar holding
8	4	O Globo	Matéria	França acusa Brasil e EUA de 'dumping'
9	4	Valor Econômico	Artigo	Geopolítica e sociedade no caminho do etanol brasileiro
10	4	Valor Econômico	Matéria	Audiência discutirá MP sobre tributação
11	5	O Globo	Matéria	Alemanha desiste de usar mais etanol
12	5	O Estado de SP	Nota	Em baixa. Álcool tem o menor preço desde 2004
13	5	Folha de S. Paulo	Nota	Queda Forte
14	5	O Estado de SP	Nota	Ação do Dia: Confusão sobre OPA eleva Cosan ON
15	6	O Globo	Matéria	Saltinho, um mercado de trabalho dividido
16	7	Gazeta Mercantil	Nota	Alemanha limita etanol
17	7	Valor Econômico	Matéria	Brasileiros vêm desconhecimento, confusão e má-fé
18	7	Jornal do Commercio	Nota	É nosso
19	7	Valor Econômico	Matéria	Europeus querem retaliar setor de biodiesel dos EUA
20	7	Jornal do Commercio	Matéria	São Martinho terá incentivo fiscal de R\$ 681 milhões
21	7	Folha de S. Paulo	Matéria	MP do álcool divide usineiro e distribuidora na Câmara
22	7	Folha de S. Paulo	Matéria	Terminal público de álcool no porto de Paranaguá está parado há cinco meses
23	7	Gazeta Mercantil	Matéria	Entrada da safra faz preço do álcool cair
24	7	Valor Econômico	Matéria	EU já vê etanol como vilão e ameaça planos do Brasil
25	8	O Globo	Nota	China vai apoiar produção de etanol
26	8	Gazeta Mercantil	Nota	China: Usina de Etanol
27	8	Jornal do Commercio	Matéria	China deve construir usinas de etanol
28	8	O Estado de SP	Matéria	Preço é o mais baixo em 4 anos
29	8	O Estado de SP	Matéria	Audiência discute MP que muda imposto em combustível
30	8	Jornal do Commercio	Matéria	Governo e usineiros debaterão a MP 413
31	8	Valor Econômico	Nota	Gasolina Impulsiona
32	8	Valor Econômico	Matéria	Lula vai à Holanda Falar sobre biocombustíveis
33	8	O Estado de SP	Matéria	Álcool mais perto de bater gasolina
34	9	Jornal do Commercio	Matéria	Adiado prazo para trocar ações da Cosan
35	9	Gazeta Mercantil	Matéria	Vendas de carros alternativos batem recorde
36	9	Gazeta Mercantil	Matéria	Demanda sobe 13% em fevereiro
37	9	Valor Econômico	Matéria	CVM autoriza e Cosan adia oferta pela empresa local
38	9	Valor Econômico	Matéria	Lula defenderá uso de biocombustível durante visita de dois dias à Holanda
39	9	Valor Econômico	Matéria	Estímulo à cana no oeste da Bahia
40	9	Valor Econômico	Nota	A ConocoPhillips e a BP
41	9	Valor Econômico	Nota	Etanol no México
42	9	Valor Econômico	Matéria	Clean Energy Brazil ganha autonomia

43	9	O Globo	Nota	Álcool na frente
44	10	Jornal do Commercio	Nota	Pressão Total
45	10	O Estado de SP	Matéria	Petrobrás admite problemas com avanço do álcool
46	10	O Estado de SP	Matéria	Lula vai reagir às críticas ao etanol
47	10	Valor Econômico	Matéria	Lula pede criação de força-tarefa para reagir a ataque europeu contra etanol
48	10	Folha de S. Paulo	Matéria	Lula ordena estratégia permanente pró-álcool
49	10	Jornal do Commercio	Matéria	Tropa de choque defenderá etanol
50	10	Gazeta Mercantil	Matéria	Lula vai à Holanda em busca de investimentos privados
51	10	Valor Econômico	Editorial	Equívocos nas críticas contra o etanol brasileiro
52	10	Valor Econômico	Matéria	Deputados temem que MP eleve tributos sobre álcool
53	10	O Globo	Matéria	Consumo de álcool no país supera o de gasolina, o que não ocorria desde 1995
54	10	Valor Econômico	Artigo	Alta de alimentos ameaça avanço contra a pobreza; biocombustíveis na mira
55	11	Gazeta Mercantil	Matéria	MP do etanol deixa usineiro apreensivo
56	11	Folha de S. Paulo	Matéria	Inflação dos alimentos é motivo de alegria, diz Lula
57	11	O Globo	Matéria	Lula: inflação aumentou porque os pobres estão comendo mais
58	11	Valor Econômico	Matéria	Holanda quer parceria no setor de biocombustíveis
59	11	Gazeta Mercantil	Matéria	Para sauditas, biocombustível não resolve desafio energético
60	11	O Estado de SP	Matéria	Venda de álcool continuará em alta
61	11	Valor Econômico	Nota	Usina da Cerna em MS
62	11	Folha de S. Paulo	Matéria	Produção de álcool crescerá 66% em 2010/11
63	11	O Estado de SP	Matéria	Líder holandês vê relação entre a inflação e o etanol
64	11	Valor Econômico	Matéria	Consumo de álcool cresce 56%
65	11	Jornal do Commercio	Nota	Invejável
66	11	Valor Econômico	Nota	Guatemala no etanol
67	11	Valor Econômico	Matéria	Presidente do Bird dá apoio a etanol produzido no Brasil
68	12	O Estado de SP	Nota	Tanque cheio
69	12	O Estado de SP	Matéria	Lula diz a empresários da Holanda que não faltará energia no Brasil
70	12	Folha de S. Paulo	Artigo	Energia renovável e líderes novos
71	12	Jornal do Brasil	Matéria	Brasil e Holanda fecham acordo por etanol
72	12	Folha de S. Paulo	Matéria	É "mentira deslavada" que produção de álcool cause inflação, afirma Lula
73	12	Folha de S. Paulo	Matéria	Estudo diz que álcool é viável em El Salvador e República Dominicana
74	12	Jornal do Brasil	Matéria	Lula inflama discussão sobre etanol
75	12	Folha de S. Paulo	Matéria	Cana invade zona biodiversa do cerrado
76	12	O Estado de SP	Artigo	Inflação e recessão
77	13	O Estado de SP	Entrevista	"É cedo para culpar o etanol pela inflação"
78	13	Folha de S. Paulo	Artigo	O momento de agir
79	13	Jornal do Brasil	Matéria	O álcool polui tanto quanto a gasolina
80	14	Valor Econômico	Artigo	Custos agrícolas devem manter alta a inflação dos alimentos
81	14	Gazeta Mercantil	Matéria	"Etanol não afeta alimentos"
82	14	Jornal do Commercio	Matéria	Índia critica biocombustíveis
83	14	Jornal do Brasil	Matéria	Alimentos e biocombustíveis voltam à pauta
84	14	O Estado de SP	Matéria	Bird ataca subsídio a etanol dos EUA

85	14	Gazeta Mercantil	Nota	Petrobras e Galp podem ter usina em Portugal
86	14	Gazeta Mercantil	Matéria	Usineiros reforçam interesse pela construção de alcoolduto
87	14	Valor Econômico	Nota	Cosan compra 49% do Teaçu, em Santos
88	14	Jornal do Brasil	Artigo	A alta dos preços e o papel do Brasil
89	14	Valor Econômico	Matéria	Brasil prepara defesa ampla do etanol
90	14	Valor Econômico	Matéria	Alta dos alimentos embaralha o comércio mundial e acirra Doha
91	15	O Estado de SP	Artigo	Alimentos em alta
92	15	O Globo	Matéria	<a href="#">Relator da ONU acusa biocombustível de ser "crime contra a Humanidade"</a>
93	15	Gazeta Mercantil	Matéria	Biocombustíveis podem ajudar no combate à fome, diz FAO
94	15	Valor Econômico	Matéria	América Latina teme biocombustíveis
95	15	O Estado de SP	Matéria	Terra atingida por Chernobyl vai produzir etanol para a UE
96	15	O Estado de SP	Matéria	"Etanol:crime contra a humanidade"
97	15	Jornal do Commercio	Matéria	Ministro rebate críticas
98	15	Jornal do Brasil	Matéria	ONU ataca produção de etanol
99	15	Folha de S. Paulo	Nota	Biocombustíveis
100	15	Jornal do Brasil	Artigo	O ataque contra interesses alheios
101	15	O Globo	Matéria	Governo brasileiro refuta declaração de Ziegler
102	15	O Estado de SP	Artigo	Guerra da fome, de OGMs e biocombustíveis
103	15	Folha de S. Paulo	Artigo	A fome na demagogia neocom
104	15	Folha de S. Paulo	Matéria	FAO ataca produção de biocombustíveis
105	15	O Globo	Matéria	Mantega em NY:"Vim para botar o PIB na mesa"
106	15	Jornal do Commercio	Matéria	Sociólogo faz duras críticas
107	15	Gazeta Mercantil	Matéria	EU mantém projetos para biocombustíveis
108	15	Jornal do Commercio	Matéria	EU defende mistura de biocombustíveis
109	15	O Estado de SP	Matéria	Alta das commodities pára usinas no leste europeu

## ANEXO 3

